

À propos de ce séminaire

LA PRESSE ÉCRITE AU CANADA
par Claudine Auger et Laurent Lapierre

Objectif du séminaire

À propos de ce séminaire

La presse écrite au Québec

AUTEUR

Les joueurs

Économie des médias écrits

Tradition journalistique

Cadre législatif et réglementaire

Dates marquantes

Annexes

Foire aux questions



Laurent Lapierre, baccalauréat en arts, baccalauréat en pédagogie et baccalauréat en histoire (Université Laval, Québec), M.B.A. (HEC Montréal) et Ph.D. (Université McGill), est titulaire de la Chaire de leadership Pierre-Péladeau et professeur titulaire à HEC Montréal. Ses cours portent sur la direction, le leadership, la gestion des entreprises

artistiques et la méthode des cas comme méthode de recherche. Il s'intéresse à l'influence de la personnalité des gestionnaires sur leurs façons de diriger, ainsi qu'aux comportements générateurs de succès et d'échecs dans l'exercice de la direction.

Il a été le premier directeur général de la Société artistique de l'Université Laval et le premier directeur administratif du Théâtre du Trident. Il a été membre du conseil d'administration de plusieurs compagnies de théâtre et de l'Orchestre symphonique de Montréal. Il est actuellement membre du conseil d'administration du Fonds d'investissement de la culture et des communications. Il a été fondateur et coresponsable du Groupe de recherche et de formation en gestion des arts et fondateur et coresponsable du Groupe de développement de la méthode des cas à HEC Montréal.

L'INDUSTRIE DES MÉTIERS D'ARTS AU QUÉBEC

par Claudine Auger et Laurent Lapierre

À propos de ce séminaire

OBJECTIF DU SÉMINAIRE

Si les premiers journaux québécois étaient dits « de combats » car ils furent créés pour défendre une cause, sociale ou politique, la presse actuelle se veut davantage neutre et objective, gage de crédibilité. La fonction de la presse écrite est d'annoncer les événements, d'en fournir une description aussi près des faits que possibles tout en apportant divers points de vue. Pourtant, dans un contexte de plus en plus grand de concentration, les risques d'uniformisation de l'information inquiètent.

En outre, aujourd'hui, la presse écrite est un média parmi tant d'autres, nombreux et accessibles, qui interpellent de toutes parts l'homme moderne avide d'information. D'ailleurs, ce dernier se consacrerait aux médias et à l'information plus qu'à toute autre activité, sommeil mis à part.

Entre l'ère du numérique et celle de la concentration, la presse écrite a grandement souffert de l'augmentation de l'offre des supports publicitaires et des divers moyens d'information désormais disponibles. La presse écrite vit des bouleversements marquants qui, inévitablement, l'obligeront à se restructurer. Pour comprendre cette industrie pourtant enracinée dans nos mœurs, ce séminaire brosse un portrait succinct de la structure de la presse écrite au Québec, de ses grands joueurs, de son économie, de son cadre législatif et de ses règles du jeu.

La presse écrite au Québec

INTRODUCTION

À l'époque du Régime français, la presse écrite fait, en Nouvelle-France, l'objet d'un interdit formel. Le théâtre subit d'ailleurs le même sort: la mère-patrie estime en effet que l'information peut engendrer la désobéissance civile. La seule source d'information autorisée se présente alors sous la forme d'un communiqué manuscrit rédigé par le gouverneur, lu à haute voix et affiché aux portes des églises. Les nouvelles circulent de bouche à oreille, souvent par l'entremise du commis-voyageur ou du « quêteux » de service. Mais la situation change radicalement à la suite de la conquête. Au XVIIIe siècle, les Britanniques préconisent qu'une presse libre assure le maintien de l'ordre social, car ils sont convaincus que les gens « instruits » se tiennent tranquilles. Ainsi, le premier gouverneur anglais, James Murray, imprégné de l'esprit anglo-saxon, encourage vive-ment l'établissement de l'imprimerie et du journalisme. Les conditions propices à l'éclosion de la presse écrite au Québec sont alors en place.

Depuis, une multitude de journaux ont vu le jour, ont perduré ou disparu. Certaines composantes du régime d'alors sont, en revanche, toujours présentes sur la scène médiatique contemporaine: le journal-papier, notamment, et l'imprimerie, la liberté de presse, le droit à l'information et la libre circulation de l'information, le commerce ainsi que le rôle de l'État.

La presse s'est par ailleurs passablement complexifiée. Des phénomènes nouveaux sont apparus soulevant du même coup des questions difficilement envisageables il y a 20 ans à peine. L'expansion extraordinaire de grands groupes médiatiques, dont l'activité a démarré au Québec et au Canada, s'est étendue ensuite à l'étranger. En outre, la venue du numérique et l'implantation de l'inforoute a eu des conséquences tant sur les professionnels de la presse que sur les entreprises.

STRUCTURE

« Depuis une quinzaine d'années, les médias ont considérablement évolué au Québec: la dimension des entreprises croît sans cesse et elles deviennent de plus en plus compétitives sur le marché canadien et international »¹, considère le professeur Marc Raboy, enseignant et chercheur au Département de communication de l'Université de Montréal. À l'image des méga-groupes inter-nationaux, les groupes québécois de communication multiplient de plus en plus leurs champs d'activité. Un tour d'horizon des secteurs de la presse écrite, ainsi que des entreprises qui gravitent autour d'elle, suffit à nous en convaincre.

Les secteurs de la presse écrite québécoise²

La presse écrite québécoise est non réglementée et poursuit un objectif généralement commercial. Elle ne constitue pas une entité homogène; elle regroupe des secteurs distincts:

- Les quotidiens diffusant des informations locales, nationales et internationales. Plusieurs sont distribués dans tout le Québec;
- Les journaux hebdomadaires ou « hebdos » diffusant des informations locales et régionales;
- Les magazines ou périodiques paraissant à intervalles réguliers (hebdomadaires, mensuels). Ils sont distribués à la grandeur du territoire.

La presse communautaire rassemble des journaux édités par des organismes sans but lucratif. La presse ethnique regroupe des publications destinées à des communautés spécifiques unies en fonction de la nationalité, de la langue ou de la religion.

LES QUOTIDIENS

Quatorze quotidiens se partagent le territoire québécois; *Le Droit* (Ottawa) est du nombre, car sa clientèle est majoritairement située dans l'Outaouais québécois.

Six sont publiés à Montréal: *Le Journal de Montréal* (1964) et *La Presse* (1884), qui ont le tirage le plus élevé au Québec; *Le Devoir* (1910), *The Gazette* (1822) et les deux derniers-nés, *Métro* et *Montréal Métropolitain*. Deux sont publiés à Québec:

- *Le Soleil* (1896) et *Le Journal de Québec* (1967)
- Gatineau-Ottawa: *Le Droit* (1913)

¹ Raboy, Marc. Les médias québécois / Presse, radio télévision, inforoute, 2e édition, Gaëtan Morin éditeur, 2000, p. X1.

² Raboy, p. 4-15.

- Deux à Sherbrooke: *La Tribune* (1910) et *The Record* (1897)
- Trois-Rivières: *Le Nouvelliste* (1920)
- Chicoutimi: *Le Quotidien* (1973)
- Granby: *La Voix de l'Est* (1935)

Le Soleil, *Le Journal de Québec* et *Le Journal de Montréal* représentent 80 % du tirage de l'ensemble des quotidiens francophones québécois. *The Gazette* et *The Record*, journaux anglophones, rejoignent environ 16 % du lectorat de la presse quotidienne. La distribution de *La Presse*, *Le Devoir*, *Le Soleil* et *The Gazette* couvre entièrement le territoire québécois. Statistique Canada dévoilera de nouvelles données financières sur les quotidiens québécois en 2003. Par ailleurs, l'organisme fournit des données pour l'ensemble du Canada (voir l'annexe 1). Ces chiffres fournissent notamment la marge bénéficiaire, qui est un indicateur du contexte dans lequel se trouvent les quotidiens québécois. Pour le moment, l'Institut de la statistique du Québec offre les informations suivantes:

Données financières partielles sur les quotidiens québécois³

| | Unités | 1989 | 1993 | 1997 |
|--------------------|--------|---------|---------|---------|
| Recettes | 000 \$ | 527 969 | 470 762 | 536 966 |
| Publicité | 000 \$ | 397 503 | 331 321 | 377 768 |
| Abonnements | 000 \$ | 130 466 | 139 441 | 159 198 |
| Salaires | 000 \$ | 215 361 | 210 307 | 204 579 |
| Emplois | N | 4 925 | 3 949 | 3 465 |

Tant au Canada qu'au Québec, les quotidiens sont détenus par quelques chaînes ou groupes d'entreprises. Ainsi, quatre groupes se partagent environ 97 % du marché québécois, soit 13 journaux sur un total de 14. Seul *Le Devoir*, fondé en 1910, échappe encore au regroupement de propriété. Power Corp. (par sa filiale Gesca) et Quebecor possèdent la majorité des quotidiens: sept pour le premier (plus une part minoritaire dans *Métro*) et trois pour le second. Les autres groupes ne possèdent qu'un seul quotidien au Québec: CanWest Global et *The Gazette*; Hollinger et *The Record*, ainsi que Groupe Transcontinental et *Métro*, dans lequel il détient une participation majoritaire.

La concentration de la propriété dans les quotidiens s'est accentuée de façon notable dans la dernière décennie, d'abord par l'acquisition graduelle de Southam par Hollinger, avec des transactions échelonnées de 1992 à 1999, ensuite, lorsque cette dernière vend sa chaîne de journaux québécois UniMedia à Gesca (Power Corp.). La filiale du conglomérat montréalais Power Corp. acquiert finalement *Le*

³ Source: Institut de la statistique du Québec.

Soleil de Québec, Le Droit d'Ottawa-Gatineau et Le Quotidien de Chicoutimi en janvier 2001. The Record, le quotidien qui dessert la communauté anglophone de l'Estrie, n'est pas inclus dans l'entente.

« Depuis 1960, de nombreux changements importants sont survenus dans ce secteur, que plus d'un disent arrivé au stade la maturité », soutient le professeur Marc Raboy. En 1964, au moment d'une grève des employés de La Presse, Le Journal de Montréal fait son entrée sur la scène des quotidiens. C'est le succès immédiat pour le tabloïd de Pierre Péladeau. Le Nouveau Journal (1961) et Métro-Express (1964) ont quant à eux une courte vie; le premier disparaît neuf mois seulement après sa fondation et le second persiste durant quatre ans. Le Jour, fondé par des membres du Parti québécois, tient deux « exceptionnelles » années, de 1974 à 1976. Le tabloïd Montréal-Matin ferme ses portes en 1978, après une grève prolongée. Bien que le réputé Montreal Star figure dans les 100 meilleurs quotidiens de la planète,⁴ il subit le même sort en 1979. Le Matin et le Montreal Daily News ne durent que quelques mois. Le Fleuve, publié par une association coopérative de Rimouski – une région qui ne dispose d'aucun quotidien – subit le même sort. Après 151 numéros, il est contraint de fermer ses portes faute de l'appui de bailleurs de fonds.

Plusieurs hebdomadaires connaissent d'ailleurs la même morosité. Ils finissent par disparaître en raison de la décision de nombreux quotidiens de publier un numéro supplémentaire les samedi et dimanche.

LES HEBDOMADAIRES

Les hebdomadaires⁵ rejoignent un public local ou régional et figurent sous l'appellation « hebdomadaires ». D'autres publications qui visent un plus grand marché se regroupent plutôt sous le couvert du magazine. Les hebdomadaires sont plus lus que les autres types de publications. En 1996, le taux de pénétration⁶ auprès de la population adulte francophone québécoise est de 97 %, taux comparable à celui de la télévision, loin derrière les quotidiens (65 %) et les magazines (56 %).

Le secteur a changé durant la dernière décennie. Le nombre de titres a diminué et le tirage a augmenté. Mark Raboy compte 245 titres et un tirage de 4 612 321 exemplaires en 1989. Le nombre passe à 208 titres en 1997 pour un tirage de 4 914 394 exemplaires⁷. Le Centre d'étude sur les médias dénombre 190 hebdomadaires régionaux au Québec en 2001⁸. Le tableau « La répartition des titres et du tirage des hebdomadaires québécois (2001) », à l'annexe 2, indique, entre autres, que le Groupe Transcontinental (Hebdo Transcontinental) domine le secteur avec 58 titres et occupe 41,6 % du marché, suivi de Quebecor (Sun Media) avec 48 titres et 16,6 % du marché seulement. Les hebdomadaires appartenant à Quebecor se retrouvent majoritairement en région, notamment dans le Bas-Saint-Laurent, en Gaspésie et en Abitibi-Témiscamingue; cela explique la part de marché plus faible de ce dernier.

⁴ Le Devoir/Un journal indépendant (1910-1995), Colloque, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, Les leaders du Québec contemporain, 1996, p. 333.

⁵ Raboy, p. 10-12. « La concentration de la presse à l'ère de la "convergence" », p. 40-42.

⁶ Source: Mpaact des hebdomadaires au Québec 1997.

⁷ Raboy, p. 1.

⁸ Centre d'études sur les médias, Université Laval.

D'abord spécialisé en imprimerie, le Groupe Transcontinental ne devient propriétaire d'hebdomadaires qu'en 1995. Rapidement, l'année suivante, il domine le secteur au Québec. Il acquiert presque la totalité des titres de Gesca, en janvier 2001. En vendant 18 de ses hebdomadaires à Transcontinental, Gesca ne conserve que le Progrès-Dimanche au Saguenay—Lac-Saint-Jean et La Nouvelle à Sherbrooke. Les deux publications sont reliées à ses quotidiens locaux, en ce qui a trait à l'impression, notamment.

De nombreux changements surviennent dans le secteur des hebdomadaires durant les années 1990. Deux groupes importants de l'époque, Les Hebdomadaires Télémedia, avec 21 titres diffusant dans la région de Montréal, et Les Publications Cogeco/Dumont, avec 27 hebdomadaires répartis un peu partout au Québec, vendent leur entreprise à Transcontinental, respectivement en juin 1995 et novembre 1996.

Quebecor acquiert 12 hebdomadaires du Groupe Bellavance en avril 1997. Il devient ainsi propriétaire de 14 des 19 hebdomadaires des régions du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie. Le Groupe Bellavance a sans le vouloir préparé le terrain à son acheteur éventuel : moins de deux ans avant la transaction avec Quebecor, il avait acheté quelques hebdomadaires indépendants.

LES MAGAZINES

Selon Statistique Canada, un magazine⁹ (périodique) est édité sur une base régulière et plus d'une fois l'an, mais pas plus qu'une fois par semaine. Il doit répondre à certains critères, notamment ceux de ne pas contenir plus de 70 % de contenu publicitaire et d'être mis à la disposition du public. Sont exclus les publications gouvernementales, les publications destinées exclusivement à des fins publicitaires, les quotidiens, les hebdomadaires et les périodiques imprimés au Canada pour le compte d'un éditeur étranger.

Le secteur des magazines connaît au Québec un essor remarquable et cela, depuis plusieurs années. En 1994-1995, on compte 377 titres, ce qui équivaut à une augmentation d'un peu plus de 12 % par rapport à 1984-1985. Ces publications rapportaient au total plus de 253 millions de dollars en 1994-1995, une somme représentant une augmentation d'environ 80 % pour la même période. Par ailleurs, les profits réalisés en 1994-1995 (29 millions de dollars) sont de quatre fois plus élevés qu'en 1984-1985¹⁰.

Depuis 1994-1995, les profits ont continué leur ascension. Ils sont passés de 29 millions à 45 151 000 \$. Le tableau qui suit fournit des données financières récentes sur l'édition du périodique.

⁹ Sources principales de cette section de la note sur les magazines: Statistique Canada; Raboy, p. 13-15.

¹⁰ Raboy, p. 13.

Données financières sur l'édition du périodique — 1998-1999¹¹

| Revenus | Canada | Québec |
|--------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| | Total (en millions de dollars) | Total (en millions de dollars) |
| Publicité | 809 447 | 177 884 |
| Total des revenus de tirages | 1 191 784 | 325 174 |
| Subventions gouvernementales | 9 325 | 4 228 |
| Dons du secteur privé | 6 327 | 1 389 |
| Dépenses | | |
| Dépenses totales | 1 139 573 | 300 321 |
| Profit (ou perte) avant impôts | 128 864 | 45 151 |

En ce qui a trait à la concentration de la propriété dans le secteur des magazines, le professeur Raboy signale: « Malgré qu'on relève [...] un assez grand nombre d'entreprises d'édition relativement indépendantes, la tendance générale va dans le sens de la concentration, notamment dans les créneaux les plus rentables¹². Le monopole qu'exercent certains groupes dans ce secteur s'étend aussi au système de distribution. » Trois entreprises se partagent la quasi-totalité de la distribution au Québec : Les Messageries de presses Benjamin inc., Les Messageries Dynamiques (Quebecor) et Les Messageries de presse internationale.

LA PRESSE ALTERNATIVE

Une large part de la presse québécoise consiste en des entreprises commerciales du secteur privé. En ce qui a trait aux médias électroniques, il existe également des services publics appartenant à des sociétés d'État, ce qui n'est pas le cas du secteur de la presse écrite. Selon le professeur Marc Raboy, la presse alternative représente une option pour ceux qui désirent exprimer un point de vue à travers un média différent de la logique commerciale ou étatique.

Historiquement, la presse alternative ou parallèle, comme nous la désignons ici, naît dans le sillage des vagues de contestation des années 1960 et 1970 des pays occidentaux et est liée aux mouvements sociaux. Elle renoue, pour ainsi dire, avec

¹¹ Source: Statistique Canada, Enquête sur l'édition du périodique 1998-1999, Catalogue: 87F0005XPE/XPF (HEC: Cote 16248DB).

¹² Raboy, p. 14.

les racines de la presse écrite, à l'origine issue du désir de contester l'ordre politique établi et l'idéologie qui en découlait. Au Québec, des intervenants sociaux, des collectifs d'intellectuels et des coalitions de militants, préoccupés par l'hermétisme des médias classiques, soutiennent des publications comme la revue *Parti pris*, les journaux *Québec-Presse* et *Le Jour* ainsi que l'Agence de presse libre du Québec, afin de diffuser des analyses et une pensée politique¹³.

Altermédia, le Regroupement des médias alternatifs du Québec, créé en 1999, illustre aujourd'hui un intérêt renouvelé pour la presse alternative. L'organisme recense une centaine de publications au Québec. Il définit la presse alternative comme une expression générique qui regroupe cinq formes de publications : les publications syndicales, communautaires, associatives, progressistes (on peut inclure dans cette catégorie la presse des partis politiques de gauche) et les cybermédias libres et indépendants. En outre, le ministère de la Culture et des Communications du Québec répertorie 94 journaux communautaires dans la province, et 79 sont membres de l'Association des médias communautaires du Québec (AMECQ).

« La presse alternative est diversifiée et abondante, mais cette apparente prospérité cache une situation fragile : bénévolat des journalistes et des producteurs, faibles revenus provenant des subventions gouvernementales et de la publicité et lectorat bien mince¹⁴. » C'est ce qui ressort, entre autres, de l'étude dirigée par Jean-Marc Fontan de l'Observatoire montréalais du développement de l'UQAM sur la presse alternative au Québec. Rares sont ceux aussi qui ont un emploi rémunéré : les bénévoles doivent assurer une présence à toutes les étapes de la production (rédaction, montage, imprimerie, etc.). Dans de telles conditions, l'essoufflement s'installe rapidement. Aussi, un changement s'impose mais il devra, semble-t-il, provenir de l'intérieur.

Précisons que la presse progressiste¹⁵ ne bénéficie pas des subventions du ministère de la Culture et des Communications du Québec. Le MCCQ n'investit que dans le secteur des journaux communautaires (programme PAMEC). Dans une situation économique difficile, les médias alternatifs doivent décider s'ils veulent rejoindre un plus large public et apprendre à intégrer Internet pour développer de nouveaux réseaux de communication.¹⁶ Outre les problèmes reliés au financement, cela représente la principale difficulté que rencontrent les médias alternatifs. Bien que certains d'entre eux ciblent toujours un lectorat plus pointu, restreint par le fait même, d'autres n'utilisent pas Internet à sa pleine mesure simplement faute de temps et d'argent.

« Les nouvelles technologies représentent une occasion incroyable de réinventer les modes de productions et de diffusion de l'information », estime Alain Ambrosi,

¹³ Raboy, p. 16-23.

¹⁴ Regards croisés sur la presse alternative au Québec et le magazine *Recto-Verso*, Service aux collectivités de l'UQAM nov. 2001.

¹⁵ Définition provenant d'Altermédia de in *Regards croisés sur la presse alternative...*, p. 26: « La presse progressiste s'inscrit dans une perspective politique de gauche visant à contrebalancer le discours dominant en véhiculant des idées de rechange. Produite à des fins non commerciales, indépendante, pluraliste et accessible à l'ensemble des citoyens et citoyennes, elle offre périodiquement un contenu d'actualité, d'information et d'éducation. »

¹⁶ Cauchon, Paul. « La presse alternative est en pleine mutation », *Le Devoir*, 24 nov. 2001, *Les Actualités*, p. A4.

conférencier invité au Colloque sur l'avenir de la presse alternative tenu en 2001. Il constate que si la concentration des médias étouffe les voix différentes, on assiste aussi, avec la mondialisation, à un renouveau de l'expression des différences, à une valorisation du local. Internet, étant un outil de ralliement efficace, pour des coûts presque nuls (mise sur pied).

La presse indépendante

« C'est un terme un peu fourre-tout qui recouvre plus de 200 médias¹⁷ écrits au Québec n'appartenant à aucun des grands groupes médiatiques. Certains sont des publications militantes qui en appellent au changement social. D'autres se concentrent d'abord sur l'information locale ou régionale [...]. Certains de ces médias sont assez célèbres, comme Le Canada français à Saint-Jean et le Courrier de St-Hyacinthe, considérés par la profession journalistique comme des hebdomadaires régionaux de haute qualité qui arrivent bien à vivre sans appartenir à un groupe de presse, par leur implantation et leur implication dans leur milieu local et parce qu'ils offrent du contenu véritable à leurs lecteurs plutôt que des publi-reportages déguisés¹⁸. »

LES AGENCES DE PRESSE

Les agences de presse¹⁹ se chargent de faire la collecte des informations, de les traiter et de les distribuer sous forme de texte, d'image ou de son. Ce sont les grossistes du domaine des médias, évitant à ces derniers les frais occasionnés par d'éventuels correspondants à l'étranger. Les agences de nouvelles transmettent à leurs abonnés (agences privées) ou à leurs membres (coopératives) des informations portant sur des événements, tout autant que des synthèses, des reportages, des enquêtes sur l'actualité ou sur des sujets d'intérêt général.

Au nombre de leurs clients, mis à part les médias, nous trouvons notamment des banquiers et des courtiers financiers. Le secteur d'information des données financières et économiques représente une part de plus en plus grande des activités des agences. Certaines d'entre elles s'y consacrent exclusivement.

Le développement des technologies du domaine des télécommunications et de l'informatique a transformé les méthodes de production et de distribution de ces entreprises. L'information se transmet jour et nuit par satellite ou par ordinateur et provient des quatre coins de la planète. Ce développement permet de nouvelles voies d'exploitation. Dorénavant, il est possible pour le simple citoyen d'accéder directement aux informations des agences de presse par le truchement d'Internet.

La Presse canadienne (PC) répertorie les informations de 100 quotidiens et les retransmet dans les deux langues officielles. Elle couvre l'actualité nationale et internationale qui concerne le Canada. Les médias membres de cette coopérative s'engagent à livrer l'information recueillie par leurs propres journalistes que l'agence diffuse par la suite aux autres médias membres. La PC dispose de ses propres correspondants qu'elle répartit à travers le Canada.

¹⁷ Les différentes sources ne s'accordent pas quant au nombre actuel de médias au Québec.

¹⁸ Cauchon, Paul. « Le menu fretin », Le Devoir, 24 fév.2001, p. 6 (Médias).

¹⁹ Raboy, p. 210-213.A.

Quatre agences mondiales fournissent les informations internationales aux médias québécois. Ce sont l'Agence France-Presse (AFP, Paris), Reuter (Londres) et les agences américaines Associated Press (AP, New York) et United Press International (UPI, New York). Ces quatre entreprises fournissent 90 % de l'information internationale qu'on trouve dans tous les médias confondus.

Les joueurs

INTRODUCTION

Quebecor, Power Corporation, Groupe GTC Transcontinental et les Hebdomadaires Montérégiens éditent au Québec, et à elles seules, 12 quotidiens, 190 hebdomadaires régionaux, plus de 90 médias communautaires et environ 390 périodiques ou magazines²⁰. Le tableau « Activités et contrôle de quelques organisations du domaine des médias au Québec (2002) » présente une mise en contexte schématisée, en quelque sorte, des groupes actifs dans la presse écrite. On y voit les autres activités de ces entreprises qui sont aussi reliées aux communications.

Activités et contrôle de quelques organisations du domaine des médias au Québec (2002)²¹

| Organisation | Principales activités au Québec | Contrôle |
|-------------------------|---|---|
| Quebecor Media | Journaux, télévision, câble, Internet, magazines, livres, dist., com. de détail | Quebecor, 55 % et Caisse de dépôt, 45 % (gouv. du Québec) |
| Gesca | Quotidiens | Power Corp. : famille Desmarais |
| Médias Transcontinental | Magazines | Famille Marcoux |
| Astral Media | Télévision spécialisée, radio | Famille Greenberg |
| Canwest Global | Télévision, quotidiens | Famille Asper |
| Bell Globemedia | Internet, télévision, satellites (+ quotidien Globe & Mail, Ontario) | BCE (actionnaires multiples) |
| Sél. du Reader's Digest | Magazine | Reader's Digest |
| Rogers Media | Magazines | E. S. Rogers |

²⁰ Ces données d'ensemble proviennent du ministre de la Culture et des Communications,

- Les médias et la publicité: Quelques statistiques:
<http://www.mcc.gouv.qc.ca/cominfo/medstat.htm>
- Les médias et la publicité: Importance stratégique:
<http://www.mcc.gouv.qc.ca/cominfo/medias.htm>
- Les médias et la publicité: Quelques grandes entreprises:
<http://www.mcc.gouv.qc.ca/cominfo/medentre.htm>

²¹ Annuaire du Québec 2003, Fides et Le Devoir, Montréal, p. 633.

CanWest Global Communications ²²

Établi à Winnipeg et dirigé par Izzy H. Asper, avocat et ex-politicien dans les années 1970, le groupe œuvre au Canada, en Australie, en Nouvelle-Zélande et en Irlande. Très actif dans le secteur de la télévision, il détient 18 chaînes dont deux au Québec (le réseau Global) qu'il a tardivement mises sur pied en 1997.

Les activités du groupe dans la presse écrite sont récentes et ont débuté de façon tout à fait spectaculaire. C'est en novembre 2000, pour la rondelette somme de 3,2 milliards de dollars, que CanWest absorbe Hollinger International's Canadian Newspapers et Hollinger's Canadian Internet, dont une portion du quotidien The National Post²³. Au Québec, il devient propriétaire du quotidien The Gazette et le plus important²⁴ groupe de presse au Canada en matière de parts de tirage. Par ailleurs, c'est en août 2001²⁵ que CanWest Global acquiert la participation restante de 50 % de Hollinger dans le National Post.

C'est peu après la transaction avec Hollinger que le désormais célèbre I. H. Asper décide d'uniformiser les éditoriaux de ses journaux d'un océan à l'autre. Pour ce faire, le groupe prévoit la publication de un à trois éditoriaux par semaine provenant de son siège social de Winnipeg et diffusés dans ses 14 journaux canadiens dont The Gazette. La décision suscite immédiatement une levée de boucliers de la part des associations professionnelles de journalistes, mais aussi d'autres groupes comme les députés de l'Assemblée nationale et d'une cinquantaine de personnalités influentes de la société canadienne²⁶.

Récemment, en juillet 2002, l'entreprise vend à Transcontinental, pour la somme de 255 millions de dollars, ses 12 journaux communautaires des provinces de l'Atlantique et de la Saskatchewan, ainsi que ses 32 publications connexes.

Transcontinental

Premier éditeur de magazines au Canada, le Groupe Transcontinental²⁷ domine le secteur des hebdomadaires au Québec, le marché de la publicité directe et des magazines d'affaires. Propriété de la famille Marcoux, l'entreprise est active dans les secteurs de l'impression, de l'édition et du marketing interactif. GTC figure dans les dix plus importants imprimeurs commerciaux d'Amérique du Nord. Il est le deuxième éditeur de magazines au Canada après Rogers Media. TRANSCONTINENTAL E.MEDIA, la filiale marketing du Groupe, se spécialise dans la communication Internet et dans le commerce électronique. GTC détient 19,9 % de Disque Améric, un fabricant de disques compacts²⁸.

²² Voir l'annexe 4.

²³ Appelés les journaux de la chaîne Southam à cause de l'acquisition précédente de Southam par Hollinger, avec des transactions échelonnées de 1992 à 1999.

²⁴ La concentration de la presse à l'ère de la « convergence », p. 39.

²⁵ « Hollinger Canadian Newspapers: baisse de profit de 34 % », Presse canadienne, Toronto, 28 août 2002.

²⁶ Voir la section de la note: Concentration de la propriété dans les médias: L'affaire Canwest.

²⁷ Voir l'annexe 4.

²⁸ Note sur la presse écrite au Québec (2002), Marcel Tardif et Laurent Lapierre, Centre de cas HEC Montréal.

L'année 2002 se révèle très active pour le Groupe qui achète au printemps trois imprimeries de Gesca (Power Corp.). Du même coup, il obtient de la filiale de Power de juteux contrats d'impression de plusieurs quotidiens (dont La Presse et Le Soleil), cela, pour une période de 15 ans. En outre, GTC acquiert des publications dont Fleurs et Jardins et Golf International. L'été dernier, l'entreprise achète de CanWest, ses 12 journaux communautaires des provinces de l'Atlantique et de la Saskatchewan et plus de 32 publications connexes, cela, pour la somme rondelette de 255 millions de dollars.

GTC détient une participation minoritaire dans le quotidien gratuit Métro offert aux usagers des transports en commun. Quebecor, un rival de longue date dans le secteur des hebdomadaires, conteste en cour l'entente d'exclusivité conclue entre Transcontinental et la Société de transport de Montréal (STM). Les partenaires de Transcontinental dans Metro sont Gesca ltée et Metro International. Cette dernière, filiale de l'entreprise suédoise Modern Times Group, publie une brochette impressionnante de publications traitant d'économie, des sports, ainsi que de magazines destinés aux femmes, des publications sur les nouvelles technologies, et 18 autres quotidiens Metro dans le monde.

Hollinger International Inc.

Le groupe de presse édite environ 200 titres de langue anglaise au Canada, au Royaume-Uni, aux États-Unis et en Israël. Hollinger, dont le siège social se trouve à Toronto, était jusqu'en 2000 le plus grand propriétaire de la presse quotidienne au pays; il contrôlait plus de 60 % des quotidiens canadiens²⁹.

En 2001, afin de consolider sa dette et d'améliorer la valeur de ses actions, le groupe cède la plupart de ses journaux canadiens à CanWest Global Communications Corp. C'est l'occasion pour CanWest d'acquérir les dernières 50 % de parts manquantes dans le National Post et pour en devenir l'unique propriétaire.

Au moment de la transaction avec CanWest, Power Corporation manifeste de l'intérêt pour les journaux québécois de Hollinger. Le conglomérat montréalais acquiert finalement Le Soleil de Québec, Le Droit d'Ottawa-Gatineau et Le Quotidien de Chicoutimi en janvier 2001. The Record, le quotidien qui dessert la communauté anglophone de l'Estrie, n'était toutefois pas inclus dans l'entente. On dit, dans le milieu de la presse, que ce sont pour des raisons sentimentales que le flamboyant et souvent caustique Conrad Black aurait gardé le journal. Il a effectivement débuté dans le monde des médias en se portant acquéreur de ce quotidien.

En 1998, alors company's chairman de Hollinger, Black avait lancé le quotidien National Post avec l'ambition de détrôner le Globe & Mail, à l'époque propriété de Thompson et acquis depuis par BCE (Bell). Le journal est d'ailleurs reconnu dans le milieu de la presse écrite canadienne comme un grand quotidien.

²⁹ Idem.

POWER CORPORATION DU CANADA

Power Corporation

Société de portefeuilles et de gestion d'envergure mondiale, Power Corporation³⁰ possède des intérêts majeurs dans sept quotidiens québécois et exploite divers autres secteurs de l'industrie des médias, tels que les hebdomadaires et l'édition.

Ce conglomérat montréalais, dont le chiffre d'affaires totalisait 18,4 milliards de dollars en 2001, détient de nombreuses participations majoritaires dans des compagnies d'assurance, dont la Great West et la London Life, de même que dans des sociétés de gestion, le Groupe Investors, par exemple. S'ajoute à cela la propriété du quotidien La Presse ainsi que d'une multitude de journaux dans plusieurs filiales, dont Gesca Ltée. Dans le secteur des communications, Pargesa Holding, une filiale de Power, détient des parts dans GBL (48,1 %). Power est également présente en Europe où le groupe possède 25,1 % de Bertelsmann³¹, toujours par l'entremise de Pargesa.

La société en commandite Hollinger Canadian Newspapers s'est départie de plusieurs de ses journaux depuis deux ans. Elle a ainsi vendu sa chaîne de journaux québécois UniMedia à Gesca en janvier 2001³². Cette dernière est depuis propriétaire de sept quotidiens québécois et détient aussi une part minoritaire dans Métro (quotidien), distribué gratuitement aux usagers du métro de Montréal. Les autres partenaires dans Métro sont Groupe Transcontinental, avec une participation minoritaire, et Metro International (25 %), une filiale de la suédoise Modern Times Group qui édite 18 autres quotidiens Metro dans le monde. Cette participation dans le Métro montréalais illustre l'interconnexion entre certains grands groupes.

En 1999, Power manifestait l'intention d'accroître ses activités dans les nouveaux médias. Cyberpresse inc. devint peu après une filiale de Gesca et créa *Cyberpresse.ca*. Le site permet un accès en ligne à l'information de La Presse, Le Soleil, Le Droit, La Tribune, Le Nouvelliste, Le Quotidien et La Voix de l'Est. Avant que Gesca n'acquière ces quotidiens, ceux-ci étaient membres du réseau Probec, un regroupement destiné aux annonceurs souhaitant rejoindre une audience nationale dans le marché francophone du Canada. *cyberpresse.ca* diffuse en temps réel, 24 heures sur 24, des informations d'intérêt local, régional, national et international³³.

QUEBECOR INC.

Quebecor³⁴

Cette entreprise, le plus grand imprimeur du monde, est aussi active dans les médias, entre autres dans la presse écrite et la télévision. Fondée par le

³⁰ Voir l'annexe 6.

³¹ Bertelsmann, le géant mondial de la radio, de la télévision, du livre, des journaux, des magazines, de l'imprimerie et du e-commerce.

³² « Hollinger Canadian Newspapers: baisse de profit de 34 % », Presse canadienne, Toronto, 28 août 2002.

³³ Note sur la presse écrite (2002).

³⁴ Voir l'annexe 7.

dynamique Pierre Péladeau dans les années 1950³⁵, l'entreprise détient des intérêts importants dans les quotidiens, hebdomadaires, magazines, messageries, papeteries et maisons d'édition. Elle contrôle TVA et Vidéotron, qui sont respectivement le plus grand télédiffuseur et câblodistributeur au Québec. Son chiffre d'affaires de 12,172 milliards (au 31 décembre 2001) est le plus important de toutes les entreprises médiatiques québécoises.

Quebecor World inc. (l'une des deux filiales), implantée dans 16 pays en Amérique du Nord, en Europe, en Amérique du Sud et en Asie, est le plus grand imprimeur commercial du monde. Elle imprime des magazines (cinq milliards d'exemplaires par année et plus de 10 000 titres), des catalogues (dont sept milliards d'exemplaires par année aux États-Unis), des encarts publicitaires, des livres, des annuaires (plus 95 % du marché canadien) et offre des services de publipostage.

Quebecor Media inc., dont les revenus annuels représentent deux milliards de dollars, regroupe ses actifs dans 1) la câblodistribution et l'accès Internet, 2) l'édition de journaux, de magazines et de livres, 3) la télédiffusion, les télécommunications d'affaires, 4) les portails et les contenus Internet, l'intégration et les technologies Web et 5) la vente au détail de produits culturels.

En 2001, Quebecor vend la chaîne de télévision TQS à Cogeco et à BCE³⁶. En se soumettant ainsi à la contrainte imposée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pour contrer une position de dominance sur le marché de la télévision privée québécoise, l'entreprise peut conserver la chaîne TVA (acquise lors de l'acquisition de Groupe Vidéotron en octobre 2000).

ROGERS COMMUNICATIONS

Rogers Communications

Rogers est l'un des plus importants câblodistributeurs du Canada. Le Groupe torontois s'oriente principalement vers la distribution de l'information et se classe parmi les principaux fournisseurs d'accès à Internet au Canada. Sa filiale Rogers AT&T fournit des services de téléphone cellulaire, SCP et télé-avertisseurs.

Éditions Rogers Media³⁷ occupe une place importante au Québec grâce aux intérêts acquis dans le secteur des magazines et à la suite de l'acquisition de Maclean Hunter Publishing en 1994³⁸. Parmi ces publications, on retrouve Châtelaine, L'actualité, ainsi que son dernier-né, Glow.

³⁵ Pour de plus amples détails sur l'histoire de l'entreprise consulter la Note sur l'industrie de la radiodiffusion au Canada et le cas Pierre Péladeau: Gagner (1988), Centre de cas HEC Montréal.

³⁶ Voir l'annexe 3.

³⁷ Voir l'annexe 8.

³⁸ **Maclean Hunter Limited** : Entreprise d'édition torontoise, Maclean Hunter possède un grand nombre de périodiques et publie notamment le Financial Post (journal et revue). La firme détient de nombreux intérêts dans des stations de télévision, de radiodiffusion et de câblodistribution au Canada et aux États-Unis. Fondée en 1887 par l'association de J.B. Maclean et de H.T. Hunter, Maclean Hunter se situe au premier rang des maisons d'édition canadiennes (Note sur la presse écrite au Québec (2002)).

SOUTHAM INC.

Southam Inc.

Southam est l'une des plus vieilles et des plus importantes sociétés de presse du Canada à son époque. Elle agit aujourd'hui comme groupe conseil en solutions d'information. Selon la Commission Kent (sur la concentration de la propriété dans les quotidiens canadiens), la chaîne Southam contrôle en 1980, 65,8 % de tout le tirage de la Colombie-Britannique, 65,1 % de celui de l'Alberta, 22,2 % de celui de l'Ontario et 19 % de celui du Québec. En 1983, le tirage totalise 1 616 000 exemplaires. La chaîne a d'importants intérêts, par Torstar Corp., dans Informat, une société de bulletins électroniques.

THOMSON GROUP

Thomson Group

Conglomérat très diversifié, le Thomson Group est fondé par Roy Herbert Thomson (1894 – 1976), qui a été propriétaire des deux grands journaux britanniques Times et Sunday Times; il s'en départit en 1981. Le groupe possède au Canada, aux États-Unis et en Angleterre des centaines de quotidiens, d'hebdomadaires et de magazines. Il contrôle près de 70 % de la Compagnie de la Baie d'Hudson. Le fils Thomson se classait en 1989 au 2e rang au Canada, avec une fortune évaluée à plus de sept milliards de dollars, et au 8e rang dans le monde au palmarès des gens les plus riches.

En août 1980, pris en situation de monopole à la suite de la vente du quotidien The Ottawa Journal par la filiale Thomson Newspapers Ltd., le groupe³⁹ est à la source de la création de la Commission royale d'enquête, sous la présidence de Tom Kent, chargée d'évaluer le degré de concentration des quotidiens au Canada.

LE DEVOIR

Le Devoir

Dès sa fondation par Henri Bourassa en 1910, Le Devoir s'est voulu un journal d'opinion, d'idées, de combat et indépendant. C'est en ces termes que la société éditrice, La Publicité limitée, énonce les orientations du journal dans Le prospectus de la publicité en 1908⁴⁰. Dès janvier 1910, on lit dans le premier éditorial du fondateur titré « Avant le combat »:

« [...] comme les principes et les idées s'incarnent dans les hommes et se manifestent par les faits, nous prendrons les hommes et les faits corps à corps et nous les jugerons à la lumière de nos principes. »

Structure unique de pouvoir

« Le 31 décembre 1928, soucieux de conserver au journal et à l'Imprimerie populaire ltée leur caractère et désireux d'empêcher la transmission par vente ou héritage, Henri Bourassa s'assure que ses successeurs auront le contrôle de

³⁹ Ainsi que son rival Southam Inc. venant juste de se départir du Winnipeg Tribune.

⁴⁰ Citation de Henri Bourassa tiré de la Note sur la presse écrite (2002).

l'entreprise, de telle sorte qu'elle ne puisse jamais tomber dans les mains d'un parti politique ou d'un groupe financier.⁴¹ »

Devant notaire, les actionnaires de Imprimerie populaire ltée signent un acte: il en résulte deux fiducies. La première⁴², composée de trois membres, contrôle 2 501 actions avec droit de vote, soit la moitié plus une (avec interdiction de les vendre). Cette fiducie et le conseil d'administration de Imprime-rie populaire ltée nomment conjointement le directeur du journal. Ce dernier est actionnaire majoritaire et, grâce à ce droit, il assure l'élection du conseil d'administration; il ne risque jamais d'être minoritaire au conseil d'administration, cela pour la durée entière de son mandat⁴³. La deuxième fiducie gère 951 actions avec droit de vote et doit acquiescer à certaines décisions d'ordre juri-dique avant de devenir exécutoires entre les mains du directeur du journal. Claude Ryan, directeur du quotidien de 1963 à 1978, décrit la structure en ces termes:

« Dans les autres quotidiens, l'autorité dernière appartient au propriétaire. La rédaction peut jouir, pendant un certain temps [...] d'une liberté très grande. Mais cette liberté n'est pas inscrite dans les structures essentielles de l'entreprise. Le dernier mot revient généralement à des administrateurs pour qui la rédaction est un service à côté des autres et qui ne possèdent eux-mêmes, le plus souvent, aucune expérience directe du travail de rédaction. Au Devoir, il n'y a pas de propriétaire. L'homme clé est le directeur. Ce dernier est d'abord un rédacteur, mais un rédacteur jugé apte à diriger en même temps une entreprise. On a voulu de cette manière inscrire dans les structures mêmes de l'entreprise la primauté des idées ».⁴⁴

Le prix de l'indépendance

Si les directeurs successifs du Devoir ont toujours privilégié la vocation première de l'institution, à savoir l'indépendance du journal, celle-ci a souvent représenté pour l'entreprise un prix fort à payer: entre autres, les pertes répétées de revenus publicitaires, voire les dangereuses fluctuations du nombre d'abonnés auxquelles se bute sans cesse le journal⁴⁵. Les difficultés financières se font particulièrement douloureuses et persistent entre 1983 et 1993: l'imposition de la TPS-TVQ, ainsi qu'une grave récession sabrent dans les revenus publicitaires⁴⁶ déjà minces. On tente alors plusieurs montages financiers pour assurer la survie de l'entreprise. En janvier 1993 néanmoins, la situation est telle qu'un changement radical s'impose.

Sous la gouverne de la directrice de l'époque, Lise Bissonnette, on modifie la structure de la publication en créant une nouvelle filiale éditrice « Le Devoir inc. ». La mise sur pied d'une Société de placement dans l'entreprise québécoise (SPEQ) permettra une injection capitale d'un million de dollars environ. Le journal clôt l'exercice financier de 1996 avec un bénéfice de 100 000 \$⁴⁷.

⁴¹ Gingras, Pierre-Philippe, *Le Devoir*, Libre Expression, Montréal, 1985, p. 97.

⁴² Malgré qu'elle détienne la moitié plus une des actions, la première fiducie n'exerce pas directement ses droits puisque au terme de la fiducie, le droit de vote est conféré au directeur du Devoir. Qui plus est, la première fiducie et le directeur ne détiennent toutefois pas le contrôle absolu de l'assemblée des actionnaires: la Loi des compagnies impose la détention d'un pourcentage plus élevé que la moitié plus une des actions pour implanter certaines mesures. (Gingras, p. 98-99)

⁴³ Note sur la presse écrite (2002).

⁴⁴ Gingras, p. 206.

⁴⁵ Note sur la presse écrite au Québec (2002).

⁴⁶ *Le Devoir/Un journal indépendant*, 1996, p. 22.

⁴⁷ Note sur la presse écrite au Québec (2002).

Mais l'équilibre reste fragile. L'année 2001⁴⁸ se termine par une perte de 19 325 \$ avant intérêts et amortissements. Les revenus de l'année sont de 14 132 025 \$, en légère baisse par rapport à 2000, et les dépenses, de 14 151 350 \$, soit, à quelques dollars près, le même montant que l'année précédente. Lorsque l'on tient compte des intérêts et des amortissements, la perte enregistrée est de 197 168 \$. Le directeur actuel, Bernard Descôteaux, décrit la situation en ces termes:

« Le premier semestre a été particulièrement difficile comme pour l'ensemble de la presse quotidienne au Canada, nos revenus publicitaires ont été affectés par la diminution générale des budgets de publi-cité des entreprises et des gouvernements. Le deuxième semestre, et tout particulièrement les mois de septembre, octobre et novembre, a toutefois été positif grâce au travail de l'équipe du service de la publicité, qui a atteint et même dépassé, au cours de cette période, les objectifs qui lui avaient été fixés. Si bien que pour l'ensemble de l'année, nos revenus ont connu une progression de 3,2 %.

Au chapitre des revenus de tirage, nous avons par contre enregistré une baisse de 2,9 % comparati-vement à l'an 2000. Cette diminution s'explique par une légère contraction de notre diffusion en semaine, résultat à la fois de changements dans les habitudes de lecture et d'une vive concurrence sur le marché de la presse quotidienne à Montréal. »⁴⁹

Au cours des années, plusieurs sont allés de leurs remarques et de leurs suggestions face à la survie du Devoir; certaines se voulaient acerbes, d'autres plus « constructives ». Dans la section suivante, on trouve deux points de vue sur la question.

Points de vue

Les moyens limités dont dispose Le Devoir lui interdisent toute ambition de présenter quotidiennement une information complète comme celle qu'on retrouve dans La Presse et Le Journal de Montréal. « Dans ce contexte, soutient Claude Ryan en 1995, il ne reste qu'une option. Il doit définir un certain nombre de créneaux, susceptibles d'intéresser particulièrement son public. Dans ces secteurs, il doit viser à être meilleur que ses concurrents sinon par la quantité, du moins par l'originalité et la qualité de l'information.⁵⁰ »

Ses détracteurs des milieux de la publicité lui reprochent ensuite de n'appartenir à aucun créneau publicitaire particulier, que son tirage est marginal et que la plupart de ses lecteurs lisent déjà au moins un autre quotidien⁵¹. Pierre Delagrave, vice-président⁵² du secteur Médias et Recherche chez Cossette Communication-Marketing donne son point de vue:

⁴⁸ Descôteaux, Bernard. « *Rapport annuel 2001 Le Devoir, référence incontournable* », Le Devoir, Idées, 22 mai 2002, p. A7

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ Le Devoir/Un journal indépendant, op. cit., p. 9.

⁵¹ 64 % en 1993 selon Impact Recherche in Le Devoir/Un journal indépendant, p. 72.

⁵² En 1995, Delagrave occupait cette fonction, au moment où il a présenté l'exposé intitulé « Les planificateurs médias ne devraient pas être les fossoyeurs du Devoir » lors du Colloque Le Devoir/Un journal indépendant 1910-1995.

« Ces commentaires sont inquiétants pour Le Devoir⁵³ car ils reflètent bien un certain consensus au sein de ceux qui planifient la sélection des quotidiens pour les annonceurs nationaux. Or, la publicité nationale est la seule publicité sur laquelle Le Devoir pourrait réellement compter; la publicité de détail lui est peu accessible compte tenu de sa distribution et que la publicité dite « culturelle » a plutôt pris le chemin d'hebdomadaires comme Voir.»

Selon Delagrave, le quotidien jouit d'une image et d'une influence faisant l'envie de plusieurs médias et dont les annonceurs pourraient profiter. L'« environnement » soigné, la qualité d'impression et une matière éditoriale reconnue représentent une valeur ajoutée pour l'annonceur. Un sondage d'Impact Recherche, effectué en 1993, confirme la particularité du « groupe cible » pour les annonceurs: une concentration de cadres et de professionnels et, proportionnellement, des répondants ayant un revenu familial élevé. Le quotidien a une clientèle cible au même titre que l'ont généralement les magazines. La recherche indique également que cinq magazines seulement sont lus par plus de 6 % des répondants au Québec⁵⁴.

Soulignons que le tirage du Devoir est sensiblement proportionnel⁵⁵ à celui de plusieurs quotidiens nationaux étrangers: Le Monde, 312 000 exemplaires pour 60 millions de Français, soit 5 500 exemplaires par million, le New York Times ou le Wall Street Journal, 1 500 000 exemplaires pour 260 millions d'États-Unis.

Économie des médias écrits

PUBLICITÉ ET REVENUS

La presse écrite appartenant presque exclusivement à la propriété privée, elle existe grâce aux revenus générés par la publicité et par la vente directe. « Dans l'ensemble du secteur de la presse écrite, la publicité représente environ 70 % des revenus »⁵⁶, estime le professeur Raboy. Le montant des ventes sert, entre autres choses, à évaluer les tarifs publicitaires qu'une entreprise de presse peut demander à l'annonceur. « Ainsi, la santé financière de la presse va-t-elle dépendre de celle de l'économie en général, dans la mesure où cette condition détermine l'ampleur de la "tarte" publicitaire disponible à tout moment. »⁵⁷

Le total des investissements publicitaires au Québec en 2001 se chiffre à un peu plus d'un milliard de dollars. Quelque 37,3 % de ce montant est investi dans les quotidiens et 10 %, dans les magazines⁵⁸, ces pourcentages étant à la hausse par rapport aux années 1990 où ils fluctuaient respectivement autour de 20 et 6 %. Depuis 1983, la presse écrite et la radio sont en perte de vitesse par rapport aux autres médias, quant aux revenus générés par la publicité. Les revenus publicitaires sont essentiels à la vitalité des entreprises de presse. Le professeur Marc Raboy estime qu'en ce qui a trait aux quotidiens canadiens (le secteur le plus

⁵³ Idem, p. 71.

⁵⁴ Idem, p. 72.

⁵⁵ Population du Québec en 2002: 7 515 200 habitants. Source: Médias, le guide annuel des médias (2002).

⁵⁶ Raboy, p. 107.

⁵⁷ Raboy, p. 106.

⁵⁸ Ces données ne prennent en compte que les grands médias.

important de la presse écrite financièrement), les ventes et les abonnements ne représentent qu'environ le quart des revenus totaux.

Dans ce secteur, des intérêts québécois possèdent la grande majorité des agences de publicité implantées au Québec, alors que la plupart des autres agences nord-américaines sont des filiales de grands groupes mondiaux.

PRESSE ÉCRITE, INTERNET ET CONVERGENCE

La presse écrite québécoise s'implante sur Internet⁵⁹ entre 1995 et 1997. Elle connaît une croissance rapide, mais sa présentation est généralement décevante. Selon le professeur Raboy, ce sont finalement les entreprises disposant de moyens financiers considérables, comme le Journal de Montréal, qui s'en tirent le mieux. À la fin de 1997, 28 journaux (quotidiens et hebdomadaires confondus) québécois se retrouvent sur le Net, plus 17 journaux étudiants, ce qui représente un essor fulgurant si on considère leur nombre restreint à l'origine: on n'en dénombrait que six en 1995.

Du côté des magazines, on peut les classer en deux catégories: d'abord les « traditionnels », assez décevants, qui sont nombreux à présenter le sommaire, quelques articles et... une offre d'abonnement à la version papier. La seconde catégorie se révèle en revanche plus intéressante. Ces 56 cybermagazines québécois brillent par leur dynamisme et leur originalité. Par ailleurs, ils souffrent pour la plupart d'un manque criant de revenus et sont exposés à disparaître à plus ou moins long terme.

La convergence⁶⁰

Le terme s'applique à la base technologique de l'inforoute et des nouveaux médias. « Bien que l'émergence de l'inforoute eût été impensable sans la convergence, celle-ci englobe un secteur plus étendu que l'inforoute. En fait, elle touche tous les médias. La convergence remet en cause la logique structurelle du système médiatique qui, jusqu'à présent, est basé sur des démarcations assez précises entre des médias distincts. »⁶¹

Le phénomène de la convergence rend obsolètes les règles qui jusque-là s'appliquaient, et les termes utilisés perdent de leur pertinence. Il devient nécessaire de redéfinir des concepts de base tels que « contenu », « diffusion » ou « intérêt public ». Il faut, par exemple, harmoniser des termes comme « accès », qui a un sens différent selon les supports. « Avec les nouveaux médias, toute notre conception entre ce qui est public et ce qui est privé est remise en question », considère le professeur Raboy.

Pierre Karl Péladeau, président et chef de la direction de Quebecor inc., illustre la dynamique de la convergence au sein de Quebecor Media:

« Tous les projets de convergence qui ont vu le jour dans l'univers des télécoms ou des médias ont un point commun : jumeler le contenu à l'accès. L'acquisition de

⁵⁹ Raboy, p. 70-71.

⁶⁰ Convergence: rapprochement de techniques, d'industries ou d'activités auparavant distinctes. Se dit habituellement de la convergence des technologies de l'informatique, des télécommunications et de la radiodiffusion (voir l'annexe 9).

⁶¹ Raboy, p. 243.

Vidéotron par Quebecor s'inscrit dans cette tendance. Le principal attrait de la convergence pour une compagnie comme Quebecor réside dans la possibilité d'offrir à nos clients des stratégies publicitaires sur une vaste déclinaison de supports de communications. Nous pourrions ainsi augmenter la force de frappe de nos annonceurs par des initiatives de promotions croisées dans nos quotidiens, nos magazines, notre réseau de télévison et nos portails Internet. »

LA CONCENTRATION DE LA PRESSE

Année 1964: date « officielle du début de la concentration⁶² de la presse au Québec »⁶³. Jusque-là, les médias sont la propriété de l'État, de partis politiques ou de gens d'affaires dont c'est la seule entreprise (famille Berthiaume: La Presse, famille Gilbert : Le Soleil). Pierre Péladeau lance cette année-là Le Journal de Montréal à l'occasion de la grève de La Presse. Trois ans plus tard, l'achat de La Presse par Paul Desmarais, financier et déjà propriétaire de quelques quotidiens locaux, suscite l'inquiétude. Depuis les années 1960, la question de la concentration de la propriété dans les médias interpelle les gouvernements canadien et québécois de façon récurrente. Le milieu journalistique s'est historiquement montré tenace auprès de la classe politique afin que la concentration de la presse soit à son ordre du jour.

Au cours de l'année 2000, deux importantes transactions sont conclues au Québec, relançant ainsi le débat sur la concentration des entreprises dans les médias. En septembre, au terme d'une saga judiciaire l'opposant au câblodistributeur torontois Rogers Communications, et avec l'appui de la Caisse de dépôt et placement du Québec, Quebecor acquiert le Groupe Vidéotron. « L'entreprise ajoute ainsi un réseau de câblodistribution, des télécommunications et des services Internet à ses éléments d'actif dans l'imprimerie, l'édition (journaux, magazines, livres), la télédiffusion, la distribution et la vente d'éléments d'actif au détail (librairies et magasins de musique). De plus, Quebecor devient propriétaire du premier réseau de télévision au Québec, TVA.⁶⁴ »

Quant aux journaux d'UniMédia (Le Soleil, Le Droit, Le Quotidien), une filiale de Hollinger, ceux-ci passent aux mains de Gesca, la filiale de Power Corporation, en janvier 2001⁶⁵. Cette dernière possède déjà des quotidiens à Montréal, Granby, Trois-Rivières et Sherbrooke.

Malgré l'envergure de la transaction Vidéotron-Quebecor, c'est plutôt l'accord Unimédia-Gesca qui donne le signal d'alarme. « L'importance des salles de rédaction des journaux, la quantité des informations et des points de vue qu'ils véhiculent permettent de comprendre qu'on se soucie des conséquences possibles sur la diversité de l'information et de l'opinion du fait qu'un groupe de presse

⁶² Concentration: Processus économique et financier qui caractérise un marché marqué à la fois par la réduction du nombre des acteurs et par l'augmentation de leur envergure (voir l'annexe 9).

⁶³ FPJQ Brève chronologie de l'intervention de la FPJQ sur la concentration de la presse, in Principales prises de positions de la FPJQ: www.fpq.org/cgi-bin/bienvenue.cfm

⁶⁴ Mandat d'initiative portant sur La concentration de la presse, Assemblée nationale Québec, nov. 2001, p. 5, <http://www.assnat.qc.ca/fra/Publications/rapports/rapcc3.html>

⁶⁵ « Hollinger Canadian Newspapers: baisse de profit de 34 % », Presse canadienne, Toronto, 28 août 2002.

détienne plus de 50 % du tirage des quotidiens de langue française »⁶⁶. De fait, en 2001, Quebecor détient 46 % de la diffusion de la presse quotidienne francophone au Québec et Gesca, 51 %, les 3 % restants appartenant au Devoir.⁶⁷

La concentration du capital est un phénomène auquel ne semble échapper aucun secteur. « Il est devenu extrêmement difficile pour les petites entreprises à capital de risque limité de résister à ce mouvement général d'absorption et d'intégration qui caractérise le marché mondial actuel et qui diminue de façon importante presque toute possibilité de compétition⁶⁸ », considère le professeur Marc Raboy. La concentration est un processus économique et financier qui caractérise un marché marqué à la fois par la réduction du nombre des acteurs et par l'augmentation de leur envergure. « Dans le secteur des médias, le concept de concentration renvoie à deux dimensions : celle de la propriété des entreprises ainsi que celle du contenu rédactionnel, la seconde pouvant découler de la première. »

Précisons qu'il n'existe aucune législation particulière encadrant le secteur de la presse écrite, outre la Loi sur la concurrence, qui s'applique à tous les secteurs économiques. Le Bureau de la concurrence, chargé d'analyser les dossiers qui lui sont soumis, est restreint à des préoccupations commerciales et industrielles. « Il n'a pas pour mandat de s'intéresser aux questions relatives à la diversité. Le Bureau a donné son aval aux transactions récentes conclues entre Thomson (The Globe & Mail) et BCE⁶⁹ et entre Hollinger et CanWest Global.⁷⁰ »

Pour les entreprises, la concentration représente un moyen d'assurer leur viabilité. Lorsque le CRTC⁷¹ autorise l'acquisition de Maclean Hunters par Rogers Communications⁷² en 1994, il signale que les avantages l'emportent sur les préoccupations quant à l'augmentation de la concentration de la propriété et la propriété mixte des médias⁷³. L'organisme de contrôle est convaincu que la taille et la force accrues de Rogers contribueront de façon positive au système canadien de radiodiffusion. Selon Catherine Conso, le phénomène de la concentration est exacerbé par deux évolutions concomitantes, celle de la technologie et celle de la libéralisation de la réglementation. Ces évolutions « sont venues renforcer le discours stratégique des entreprises axé sur la nécessaire synergie. D'une part, la technologie a entraîné la multiplication des médias permettant aux groupes déjà implantés sur les médias "anciens" d'investir les médias "nouveaux".⁷⁴ »

« Elle comporte toutefois de grands dangers sur le plan de l'uniformisation des contenus, argue le chercheur Marc Raboy. La pluralité des points de vue. Le droit à

⁶⁶ La concentration à l'ère de la « convergence », Dossier remis à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec, Centre d'étude sur les médias, fév. 2001, p. 4.: <http://www.assnat.qc.ca/fra/Publications/rapports/rapcc2.html>

⁶⁷ Descôteaux, Bernard. « Rapport annuel 2001 Le Devoir, référence incontournable », Idées, 22 mai 2002, p. A7: <http://www.ledevoir.com/2002/05/22/1561.html>

⁶⁸ Raboy, p. 78.

⁶⁹ Voir l'annexe 3.

⁷⁰ La concentration de la presse à l'ère de la convergence, fév. 2001, p. 26.

⁷¹ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada

⁷² Pour un montant de 3,1 milliards de dollars, Rogers augmentait significativement le nombre de ses abonnés de la câblodistribution et devenait propriétaire de la chaîne de journaux Sun, du Financial Post, des magazines Maclean's, L'actualité et Châtelaine. Dès lors, l'empire Rogers comprenait la câblodistribution, la presse écrite, la radio et la télévision.

⁷³ La concentration à l'ère de la « convergence », p. 9.

⁷⁴ Idem, p. 9. (Conso, p. 60).

une information diversifiée, l'autonomie des journalistes sont des notions qui risquent un jour de disparaître si elles ne sont protégées par aucune mesure. De même, la liberté de presse se trouve-t-elle reléguée au second plan au profit du droit de propriété⁷⁵. »

« L'affaire CanWest »

Le mouvement de concentration de la propriété est également une préoccupation dans le reste du Canada. Outre The Gazette au Québec, le Groupe CanWest Global Communications est propriétaire de 13 autres quotidiens au pays depuis novembre 2000. On reproche vivement au propriétaire Izzy Asper ses tentatives de censure de l'information, ainsi que sa décision d'imposer un éditorial unique publié jusqu'à trois fois la semaine dans les 14 quotidiens de la chaîne.

« La direction de CanWest a menacé de congédiement ses journalistes montréalais qui s'opposaient à cet abêtissement [un éditorial unique] ainsi que d'autres mesures de contrôle et de censure de l'information, notamment en ce qui a trait à la couverture du Premier ministre Jean Chrétien et du conflit israélo-palestinien.⁷⁶ »

Depuis, de vives critiques fusent de toutes parts. La présidente de la Fédération des journalistes du Québec (FPJQ), Anne-Marie Dussault, s'indigne: « Les journalistes défendent les principes fondateurs du métier basés sur la diversité de l'information et des opinions. Une entreprise de presse n'est pas une business comme les autres », dit-elle en soulignant le vide juridique qui existe tant à Ottawa qu'à Québec quant à l'autonomie des journaux. Selon Mme Dussault, la bataille contre la concentration est perdue; il faut dorénavant concentrer les efforts sur la défense de l'intégrité des journalistes et de la gestion autonome des salles de rédaction⁷⁷.

« La controverse CanWest-Southam n'est pas un effet direct de la concentration de la presse », soutient Florian Sauvageau, chercheur du Centre des médias de l'Université Laval. D'après lui, il existe moins de concentration actuellement qu'au temps où Conrad Black dominait la chaîne Southam. Par ailleurs, Black laissait l'autonomie à ses journaux. Le problème de CanWest provient de l'incompréhension du rôle du journaliste de la part des Asper. Pour justifier son geste, David Asper, le fils de Izzy Asper, a déclaré en 2001 qu'un seul point de vue national serait bon pour le Canada⁷⁸.

Devant une telle situation, l'Assemblée nationale du Québec adopte unanimement une motion en décembre 2001, demandant à CanWest de publier un énoncé de principe et des engagements à l'égard de la qualité et de la diversité de l'information, « cela afin de maintenir et de préserver le caractère original et l'autonomie de son quotidien au Québec, The Gazette »⁷⁹. Le mouvement de

⁷⁵ Raboy, p. 79.

⁷⁶ DUTRISAC, Robert. « L'éditorial uniformisé à la grandeur du pays / L'Assemblée nationale désavoue CanWest », Le Devoir, 20 déc. 2001, p. A3, Les Actualisés.

⁷⁷ Marsolais, Claude-V. « Affaire The Gazette / Entre le marteau et la plume », La Presse, 18 décembre 2001, p. A7.

⁷⁸ Idem.

⁷⁹ Lessard, Denis « Les parlementaires réclament l'autonomie pour The Gazette », La Presse, 20 décembre 2001, p. A7.

protestation s'amplifie en avril 2002, lorsqu' une cinquantaine de personnalités⁸⁰ canadiennes influentes⁸¹ réclament au gouvernement canadien une enquête publique sur les conséquences de la concentration de la propriété dans les médias.

CONCENTRATION DE LA PROPRIÉTÉ

*Économie des médias écrits: points de repère sur la concentration de la propriété*⁸²

Dès 1967, la vente de La Presse à Paul Desmarais suscite l'inquiétude. Le financier montréalais détient déjà les quotidiens locaux Le Nouvelliste de Trois-Rivières, La Voix de l'Est de Granby et La Tribune de Sherbrooke. Il s'agit alors d'une première au Québec: un entrepreneur, surnommé « le baron de la presse », acquiert des journaux à des fins essentiellement commerciales.

La Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) naît en 1969 justement en raison des craintes suscitées par les récentes transactions. La même année, une commission de l'Assemblée nationale, sous le gouvernement de Jean-Jacques Bertrand, étudie la liberté de presse au Québec. En 1970, sous Robert Bourassa, le travail de la commission se poursuit mais reste inachevé. Quelques soubresauts de l'opinion publique surviennent en 1973 lorsque Paul Desmarais manifeste un intérêt pour Le Soleil, mais le projet meurt dans l'œuf. La même année, le Conseil de presse voit le jour et réclame du même coup au gouvernement la création d'un organe de surveillance des mouvements d'entreprises dans les secteurs des médias. L'idée n'aura pas de suite.

La conjoncture économique difficile des années 1970 contraint plusieurs propriétaires à vendre leurs journaux ou même à fermer leurs portes. À l'époque, Southam achète The Gazette et la chaîne FP, le Montreal Star, cédé par la suite à Thomson. Ce dernier le fermera en 1979 faute de profits suffisants. En 1980, trois groupes, absents de la scène 15 ans auparavant, se partagent le marché québécois francophone: Power Corporation (Paul Desmarais), Quebecor (Pierre Péladeau) et Unimédia (Jacques Francœur). Cela implique qu'en une décennie (1970-1980), les journaux indépendants sont passés d'une part de 50,8 % du tirage à 10 % seulement. Une situation semblable se dessine au Canada avec les groupes Southam, Thomson, Toronto Sun. En outre, les entreprises indépendantes, dont le Toronto Sun⁸³, diffusent le quart du tirage au Canada anglais.

Le sujet donne lieu à de nombreux commentaires et à des débats. "Le Rapport Davey⁸⁴ (1970) et surtout le Rapport Kent (1981) constituent encore aujourd'hui les points de références essentiels. Les deux rapports n'ont toutefois eu que bien peu de suites". Selon le Comité Davey, le gouvernement devait intervenir dans le

⁸⁰ Cauchon, Paul. « La propriété des médias inquiète/Ottawa sera prié d'enquêter sur la concentration », Le Devoir, 18 avril 2002, Culture, p. B8.

⁸¹ Parmi les 53 signataires de la pétition, on compte Charles Taylor (professeur et philosophe), Margaret Atwood (romancière canadienne), Ed Broadbent (ancien chef du NPD), David Suzuki, Claude Ryan, Florian Sauvageau (chercheur au Centre des médias, Université Laval), Pierre Berton, Naomi Klein (journaliste et essayiste, No Logo), les leaders autochtones Ted Moses et Georges Erasmus, Keith Spicer (ancien président du CRTC), les anciens ministres Warren Allmand et Flora McDonald.

⁸² Raboy, p. 82-89, et La concentration à l'ère de la « convergence, » p. 7-11 et Mandat d'initiative portant sur La concentration de la presse,

<http://www.assnat.qc.ca/fra/Publications/rapports/rapcc3.html>

⁸³ Une entreprise familiale.

⁸⁴ Comité sénatorial sur les moyens de communication de masse – Davey.

secteur des quotidiens pour contrer la concentration, au moyen de mesures précises tout en rehaussant le plus possible la qualité de la presse.

La Commission royale d'enquête Kent⁸⁵

Quelques jours à peine après la fermeture simultanée de deux journaux centenaires, The Tribune de Winnipeg (Thompson Newspapers Ltd.) et The Journal d'Ottawa (Southam Inc.), en septembre 1980, le gouvernement fédéral crée une commission d'enquête sur les quotidiens, la Commission Kent (présidée par Monsieur Tom Kent). À la suite d'une vaste enquête publique et de très nombreuses études, le rapport de la Commission juge inacceptable le degré de concentration dans l'industrie de la presse écrite au Canada. On y souligne, entre autres, la tendance inquiétante des conglomérats d'absorber des sociétés et des groupes indépendants alors que, souvent, leur activité totale ne concerne que très peu les médias. Autre sujet d'inquiétude: le principal service d'information journalistique au pays est totalement dominé par ces consortiums. Des mesures très fermes sont recommandées pour corriger la situation d'alors, pour contrer l'accentuation de la concentration et assurer le maintien de journaux déjà existants « si le gouvernement croit vraiment au droit à l'information, à la pluralité des points de vue et au rôle primordial de la presse quotidienne ».

La Commission recommande une loi, interdisant notamment toute nouvelle concentration dans le secteur des quotidiens et toute propriété à caractère mixte⁸⁶; l'instauration de mécanismes garantissant la liberté des journalistes et l'autonomie rédactionnelle de chaque journal; la création d'un « comité des droits de la presse », sur le modèle du CRTC. Les recommandations restent finalement lettre morte, sauf celle concernant la propriété mixte, mais elle fut quand même abrogée en 1985.

Les recherches de la Commission Kent démontrent que les journaux indépendants sont ceux qui consacrent le plus de ressources à l'information. Suivent les groupes de presse écrite (Quebecor et Southam) qui se concentrent surtout sur le succès de leurs médias, puis les conglomérats (Thomson, Power Corp.), où l'information n'est pas la priorité.

Les années 1980 voient le nombre de propriétaires diminuer sans cesse. On voit apparaître des groupes multimédias qui rejoignent tous les secteurs médiatiques: hebdomadaires régionaux, radio, quotidiens, télévision, câblodistribution. Le phénomène a lieu aux dépens des groupes de taille moyenne, de ceux qui se concentrent dans un seul secteur et des médias indépendants qui risquent la disparition à plus ou moins brève échéance.

Lorsque les journaux du groupe Unimédia passent aux mains de Hollinger, on assiste à un tollé de protestations tant de la part du public que du milieu de l'information. Faute de moyens, le gouvernement québécois est forcé de négocier afin d'assurer la revente possible des journaux à des int-érêts québécois.

⁸⁵ Raboy, p. 84-89.

⁸⁶ Concentration croisée (ou propriété mixte): Cette forme de concentration désigne une situation où une société possède des actifs dans deux ou plusieurs médias (par ex., journaux/télévision, Internet/journaux, radio/télévision) (voir l'annexe 9).

En 2000, dans la foulée de l'achat de Vidéotron par Quebecor et de celui des journaux francophones de Conrad Black (Hollinger) par Gesca, la FPJQ presse le gouvernement Landry de mettre sur pied une commission parlementaire sur la concentration de la presse. La Commission permanente de la culture de l'Assemblée nationale du Québec assume ce mandat. Elle produit un bilan en novembre 2001: « **Mandat d'initiative portant sur *La concentration de la presse*** . »

Les membres de la Commission concluent que « l'état actuel de la concentration et du pouvoir des médias doit être accompagné d'un accroissement de leur transparence et de leur imputabilité. Les cinq premières recommandations, regroupées sous les notions de mécanismes de surveillance interne et mécanismes de surveillance externe, visent à améliorer cette transparence et cette imputabilité. Les autres recommandations ont essentiellement pour but de proposer des mesures propres à améliorer la qualité et la diversité de l'information⁸⁷. »

Parmi les 14 recommandations, on remarque 1) la création d'un mécanisme de vigie et un rôle de l'Assemblée nationale, 2) l'instauration de comités internes de surveillance dans les entreprises, 3) le renforcement du Conseil de presse du Québec (hausse des contributions des partenaires privés), 4) un meilleur partage de l'assiette publicitaire (notamment aux médias communautaires et aux médias indépendants, 5) une meilleure couverture des régions, 6) une entente Québec-Ottawa dans le secteur des communications, 7) le maintien de l'aide des bailleurs de fonds face à La Presse canadienne (PC) et 8) des crédits d'impôt pour les médias indépendants (les mêmes que ceux qui sont déjà accordés aux producteurs de films, par exemple).

Face à ces recommandations, la réaction du milieu journaliste est sans équivoque: « Tant la FPJQ que les représentants du Conseil de presse du Québec ou la Fédération nationale des communications ont parlé du rapport extrêmement modeste, très timide, édulcoré, d'un catalogue de vœux pieux⁸⁸ », rapporte le journaliste Paul Cauchon.

L'avenir de la Presse canadienne (PC)⁸⁹

La Commission de la culture signale, entre autres, que les journalistes et les journaux, comme *Le Devoir*, comptant sur l'agence pour une partie de la couverture journalistique, manifestent de l'inquiétude face à l'éventualité d'un retrait de Gesca et Quebecor de la coopérative (PC): ces entreprises ont la possibilité d'échanger des textes entre les différents médias au sein des deux groupes. Ces derniers ont cependant réitéré leur appui à la PC. Pierre Francœur, président de Sun Media, et Guy Crevier ont souligné que « Quebecor et Gesca avaient toujours soutenu l'agence et qu'elles continueraient de le faire, parce qu'il est dans leur intérêt, et dans celui du Québec en général, que La Presse canadienne se maintienne ».

⁸⁷ Mandat d'initiative, p. 17.

⁸⁸ Cauchon, Paul. « Dououreux réveils », *Le Devoir*, 19 nov. 2001, p. B7.

⁸⁹ *Idem*, p. 15.

Tradition journalistique

DÉMOCRATIE ET RESPONSABILISATION

Il est difficile de comprendre la réalité de la presse écrite dans la société contemporaine sans y intégrer la philosophie du libéralisme et de la démocratie qui occupent toute l'avant-scène économique, politique et sociale depuis les révolutions française et américaine. Souvenons-nous de « Liberté, égalité, fraternité », cri de ralliement de la révolution française (1789). La presse écrite au Québec, comme dans le reste du monde occidental, y fait écho en répondant à la fois aux principes du libéralisme et de la démocratie⁹⁰.

Les trois notions fondamentales jouent chacune un rôle distinct dans le domaine des communications. Il s'agit de la liberté d'expression, qui concerne la liberté pour le média, le droit à l'information, qui sert le citoyen-lecteur dans le cadre de la vie démocratique et le droit à la communication, qui réfère à une éventuelle « fraternité d'échanges ».

La presse écrite répond généralement aux principes du libéralisme du seul fait qu'elle soit généralement la propriété d'entreprises capitalistes, seules à disposer des capitaux nécessaires à l'établissement et au maintien d'une publication à moyen et à grand tirage.

LIBERTÉ DE PRESSE

Tradition journalistique: liberté de presse et protection des sources

Évoquer les notions de liberté de presse et de protection des sources, éléments essentiels au métier de journaliste, n'est pas sans rappeler l'affaire Philippe Schnobb, journaliste à la télé de Radio-Canada, cité à comparaître et qui peut être obligé de révéler ses sources. Hélène Pichette signe l'article « Le journaliste Philippe Schnobb ne doit pas être contraint à témoigner en cour », dont voici un extrait:

« Aujourd'hui, lundi, le juge Serge Boisvert de la Cour du Québec pourrait contraindre le journaliste Philippe Schnobb de Radio-Canada à témoigner sur son reportage au sujet de fraudes électorales dans Anjou. Pour la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, le témoignage du journaliste serait une atteinte à la liberté de presse reconnue à l'article 2b de la Charte des droits et libertés. L'obligation de témoigner marquerait une nouvelle fois à quel point plusieurs de nos magistrats ne comprennent pas que la liberté de presse est en péril lorsqu'on transforme les journalistes, même si c'est à leur corps défendant, en rouages du système judiciaire. Les journalistes ne sont pas des infor-mateurs de la police.⁹¹ »

La FPJQ indique que le Guide de déontologie des journalistes, article 6d, stipule que les journalistes « [...] ne dévoilent en cour que les informations qu'ils ont déjà rendues publiques dans leur média ».

⁹⁰ Bernard Benoist, Notes du cours Connaissances des médias, UQAM, 1996.

⁹¹ Pichette, Hélène. « Le journaliste Philippe Schnobb ne doit pas être contraint à témoigner en cour », 11 juin 2001, [site de la FPJQ](#), rubrique Prises de positions.

La logique qui sous-tend le concept de l'autonomie du journaliste est la suivante:

En régime de démocratie libérale, le pouvoir citoyen repose sur son droit de choisir le gouverne-ment... Or, ce dernier ne peut exercer pleinement ses droits que s'il est informé : il lui faut connaître les programmes politiques de ceux qui lui offrent de le représenter, être informé de leurs actions publiques, connaître la portée des lois, mesurer l'étendue des droits individuels et collectifs à l'intérieur du cadre législatif en vigueur, etc. C'est précisément, en démocratie libérale, le rôle qui est dévolu à la presse. Mais comment la presse peut-elle remplir adéquatement cette fonction si elle ne jouit pas, comme devant les tribunaux, d'une autonomie complète par rapport au gouvernement?⁹²

STATUT SOCIAL DU JOURNALISTE

Jusqu'à la fin des années 1940, le statut social du journaliste⁹³ du Québec reste celui d'un semi-professionnel, partagé entre la vision patronale de la liberté de presse et la vision abstraite du droit du public à l'information. Il travaille de longues heures sous pression, pour un salaire dérisoire: un typographe gagne plus que lui. On lui offre régulièrement des pots-de-vin et ses patrons lui reprochent d'indisposer les puissants de ce monde. En revanche, les revendications syndicales et professionnelles des années 1950 contribuent à redresser la situation, du moins en ce qui a trait aux conditions de travail dans les quotidiens, les grands hebdomadaires et les magazines. Le statut de journaliste devient un statut de professionnel dans les faits, sinon, légalement.

Les conventions collectives de La Presse et du Soleil de 1969, contenant des clauses professionnelles, illustrent les problèmes auxquels les journalistes ont eu à faire face. Par leur libellé, ces clauses privaient les journalistes d'une indépendance rédactionnelle complète. Ainsi, un sondage effectué en 1973 démontre que 50 % des journalistes interrogés estiment que leurs textes sont modifiés de façon significative avant publication, sans qu'ils n'en soient informés. Malgré cela, en 1979, Pierre Godin révèle dans L'actualité, dans le cadre d'une enquête, que la majorité des journalistes se considèrent comme modérés, tolérants, ouverts aux réformes et ennemis du radicalisme.⁹⁴

ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES ET SYNDICALES

La majorité des journalistes sont actuellement membres d'un syndicat affilié à la Fédération nationale des communications, créée en 1972, elle-même intégrée à la CSN. La FNC regroupe 5 000 membres dont 1 500 journalistes. « La FNC agit comme porte-parole syndical de l'ensemble des journalistes et intervient souvent dans certains dossiers d'actualité, plus particulièrement ceux qui touchent à la législation, aux relations de travail et à la qualité de l'information.⁹⁵ »

Les journalistes permanents, occasionnels ou pigistes ont la possibilité d'adhérer à la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) ou à l'Association canadienne des journalistes (ACJ).

⁹² Sormany, Pierre. Le métier de journaliste, Les Éditions Boréal, Montréal, 1990, p. 28.

⁹³ Bernard Benoist, 1996.

⁹⁴ Collectif, Les Journalistes, dans les coulisses de l'information, in Note sur la presse écrite au Québec 2002, Québec Amérique, Montréal, 1980, p. 58.

⁹⁵ Raboy, p. 163.

Fondée en 1969, la FPJQ⁹⁶ regroupe 1 500 membres, dont quelques centaines de pigistes non syndiqués. « Elle intervient surtout dans le cas où le travail ou l'avenir de ses membres sont menacés par une décision ou une transaction, ou dans les situations de conflits reliées à la concentration de la presse.⁹⁷ » En 1996, la FPJQ adopte un guide de déontologie⁹⁸ qui se veut une référence guidant le travail du journaliste ; les directions d'entreprise, le Conseil de presse et le public en général vont dans le même sens.

L'Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ), fondée en 1988, se concentre sur les problèmes et l'avenir des pigistes et des journalistes à forfait et surnuméraires. L'AJIQ lutte entre autres pour que les pigistes soient reconnus auprès des quotidiens.⁹⁹

ORGANISATION JOURNALISTIQUE

« Le métier de journaliste consiste à rapporter l'événement pour le bénéfice de ceux qui n'ont pu assister à l'événement ou pour permettre à ceux qui en ont été témoin de pondérer leur jugement en le confrontant avec un commentaire externe, avec des informations additionnelles.¹⁰⁰ »

La fonction journalistique¹⁰¹ ne traduit pas toute l'activité d'une entreprise de presse qui comportent des travaux de soutien et diverses tâches administratives. Généralement, les propriétaires confient à un directeur ou à un éditeur (terme issu de la presse américaine) le soin de diriger l'entreprise. Dans les établissements de moindre importance, une seule personne peut cumuler plusieurs postes.

Outre son travail administratif, le directeur précise l'orientation intellectuelle¹⁰² du média et rédige les éditoriaux les plus importants. Le rédacteur en chef détermine, avec le directeur, le contenu rédactionnel et éditorial. Le directeur de l'information établit la politique d'information qui orientera le travail des journalistes. Le chef des nouvelles dirige le travail des journalistes et le chef de pupitre ordonne l'information et veille à la présentation définitive du journal.¹⁰³

CRISE DU JOURNALISME D'INFORMATION

Le journalisme, comme les autres formes de discours tentant de cerner la réalité, change, évolue, voire connaît des mutations selon les différents contextes socio-historiques. Les trois sections qui suivent, soit Quality Papers, Le Devoir et la crise du journalisme d'information et Entrevue avec Armande Saint-Jean: éthique de l'information, illustrent plus ou moins brièvement selon le cas certaines réflexions ayant cours dans le milieu de la recherche sur les médias et dans le milieu journalistique lui-même.

⁹⁶ Raboy, p. 163: <http://www.fpjq.org/>

⁹⁷ « Brève chronologie de l'intervention de la FPJQ sur la concentration de la presse », in Principales prises de positions de la FPJQ: <http://www.fpjq.org/cgi-bin/bienvenue.cfm?section=1>

⁹⁸ Voir <http://www.fpjq.org/> Déontologie et lois.

⁹⁹ Raboy, p. 163.

¹⁰⁰ Sormany, p. 22.

¹⁰¹ Sormany, Pierre. Le métier de journaliste, Les Éditions Boréal, Montréal, 1990.

¹⁰² Pertinent pour certains médias.

¹⁰³ Bernard Benoist, 1996.

Quality Papers

Il existe dans de nombreux pays des journaux différents, sérieux et réfléchis. On les a qualifiés de quality papers¹⁰⁴. Lors du colloque Le Devoir/Un journal indépendant (1910-1995), tenu à l'UQÀM en mars 1995, Florian Sauvageau, professeur titulaire au département d'information et de communication de l'Université Laval, traite de ces fameux quotidiens dans un texte¹⁰⁵ que nous avons résumé ci-après.

L'influence des quality papers est étendue; ce sont des journaux qui rayonnent souvent hors-frontières. L'information y est approfondie, rationnelle, diversifiée et elle rejoint les leaders d'opinion et les intellectuels. Nécessitant un environnement économique solide et un taux d'alphabétisation élevé de la population, on les retrouve surtout dans les pays industrialisés. Les journaux de références répertoriés dans les bibliothèques appartiennent à ce groupe restreint.

« Le Devoir compte au nombre des quality papers, et cela, malgré les faibles moyens du quotidien », considère Florian Sauvageau. D'ailleurs, peu de journaux canadiens apparaissent dans la liste des 100 meilleurs journaux de la planète: parmi eux, le Globe & Mail et La Presse, celle de 1968, au moment où Jean-Louis Gagnon et Gérard Pelletier l'avaient transformée, ainsi que le défunt Montreal Star. Londres est la capitale des quality papers; on en retrouve au moins cinq dont les célèbres Daily Telegraph (Conrad Black), The Times (Rupert Murdoch) et The Guardian. La France, pour sa part, en compte trois: Le Monde, le Figaro et Libération. Les États-Unis se distinguent puisque plusieurs journaux américains figurent dans la liste des 20 premiers dont le Christian Science Monitor, le Los Angeles Times, le Wall Street Journal et le Washington Post.

Ces quotidiens se différencient tant par leur forme, généralement sobre, que par leur contenu. Ils accordent beaucoup d'importance à l'information internationale. Tous ces quotidiens ne disposent évidemment pas des mêmes ressources: le New York Times dépêche 35 correspondants à l'étranger, le Globe & Mail, à peine une dizaine. Le Devoir recourt surtout aux dépêches d'agences ainsi qu'à des collaborateurs rémunérés à la pièce. Le Devoir, considère le professeur Sauvageau, fournit tout de même plus d'efforts en matière d'information internationale que d'autres quotidiens québécois qui ont davantage de moyens: son effectif au pupitre est plus nombreux, il est abonné à un plus grand nombre d'agences de presse et il publie régulièrement les articles du quotidien Le Monde.

La politique, l'économie, la culture (les arts) et les sciences occupent également une place substantielle dans ces quotidiens. On y trouve également de longs articles analytiques. Bref, ces journaux, selon Florian Sauvageau, se rapprochent de l'idéal fixé à la presse en 1947 par la célèbre Commission Hutchins¹⁰⁶: ils situent l'actualité dans un contexte qui lui donne un sens. Dans tous les cas, les éditoriaux et les commentaires constituent le cœur des quality papers. « Ce sont

¹⁰⁴ Ce texte résume un article de Florian Sauvageau « Le Devoir et l'avenir des quality papers », Le Devoir, un journal indépendant 1910-1995, Presses de l'Université du Québec, 1996, p. 334-343. Il y est, entre autres, question des travaux de John C. Merrill (1990) qui étudie les quality papers depuis 30 ans et en a même établi un palmarès des 100 meilleurs de la planète.

¹⁰⁵ « Le Devoir et l'avenir des quality papers », Le Devoir/Un journal indépendant (1910-1995), Presses de l'Université du Québec, Les leaders du Québec contemporain, 1996, p. 333-343.

¹⁰⁶ The Commission on Freedom of the Press (1947). A Free and Responsible Press, Chicago & London, The University of Chicago Press.

d'ailleurs ces sections d'opinions et d'analyses, bien plus que ces pages de nouvelles, qui permettent au Devoir de prétendre appartenir à ce groupe », estime le chercheur.

Toutefois, ce segment de la presse écrite des pays industrialisés s'essouffle depuis le début des années 1980 : érosion du lectorat, manque d'intérêt des jeunes, des femmes, etc. La presse écrite réagit alors par des tentatives telles que la diminution de la pagination ou le licenciement de journalistes, mais ces mesures se révèlent insuffisantes.

Les deux tiers des Nord-Américains s'informent d'abord à la télévision. Le temps de lecture raccourcit, il est de 20 minutes quotidiennement. La baisse du tirage des journaux est régulière et semble être une tendance à long terme, surtout dans les pays plus développés. La crise concerne tous les types de journaux d'ici et d'ailleurs. Ainsi, le Journal de Montréal a connu des jours difficiles (baisse de tirage de 30 000 exemplaires du lundi au vendredi) de 1989 à 1993, notamment, à cause de la hausse du prix du journal et de l'imposition de la TPS/TVQ.

Les causes du déclin des quotidiens sont multiples; parmi elles, figurent la montée de la télévis-ion et de la culture de l'image, l'absence d'intérêt des jeunes, la récession. L'explosion des périodiques aussi, qui s'adressent à la même clientèle que celle des quality papers et lui offrent la même information approfondie, représente une source d'inquiétude supplémentaire pour les propriétaires de quotidiens. La présence des publications étrangères accentue le problème: le lectorat consacre ainsi moins de temps aux médias nationaux. Cependant, les causes énumérées ici ne résistent pas à l'analyse dans tous les secteurs. « Le déclin et surtout le vieillissement du lectorat se sont aussi étendus aux hebdomadaires. »

Les plus jeunes lecteurs potentiels se réfèrent plutôt à la radio, à la télévision et aux mensuels spécialisés. « Ce phénomène est lié à la spécialisation qui a envahi nos sociétés, relate Florian Sauvageau. Il semble illusoire de croire qu'une presse, conçue pour le citoyen soucieux de tout connaître sur son environnement (inspiré par la période dite « des Lumières »...), puisse prospérer dans un monde par ailleurs caractérisé par le déclin de la culture générale et le règne des spécialités ».

Les chercheurs américains suggèrent que le journal devienne une sorte de guide du lecteur dans un monde compliqué, sur-informé, où le citoyen est littéralement bombardé d'informations. Où vous faire soigner? Où et quand acheter votre maison? etc. « Cela n'a rien à voir avec l'analyse des grands enjeux de société et l'idée traditionnelle que l'on se fait d'un quality paper. »

Le Devoir et la crise de l'information

« Les changements que l'on peut observer dans les règles d'écriture de presse ne sont pas superficiels, considère le professeur Jean Charron, spécialiste de l'histoire contemporaine des médias, Jean Charron, dans un court texte¹⁰⁷. Ils traduisent à la fois une transformation profonde de la nature du journalisme et la quête d'une

¹⁰⁷ Dans un texte présenté lors du colloque Le Devoir/Un journal indépendant (1910-1995), tenu à l'UQÀM en 1995 et qu'on retrouve dans « Le Devoir et la crise du journalisme d'information », Le Devoir/Un journal indépendant (1910-1995), Presses de l'Université du Québec, Les leaders du Québec contemporain, 1996, p. 325-331.

nouvelle identité sociale de la part des journalistes. Il réfléchit sur le métier de journaliste, sur ce qu'il devrait être, sur sa finalité, son savoir-faire, ses modalités. Voici quelques extraits de sa réflexion sur le sujet.

« Tout se passe comme si, dans un contexte de surabondance d'information, de diversification des supports et des formes d'information, de concurrence et d'accélération des processus, notamment par le direct télévisuel et informatique, les journalistes, ayant perdu le monopole de la collecte et de la transmission de l'information, tentaient de délaissier ces fonctions au profit d'une fonction de traitement, de mise en forme, de critique, au profit d'un journalisme de subjectivité et de valeur ajoutée.¹⁰⁸ »

Aujourd'hui, les journalistes cherchent les causes en ayant recours à des facteurs explicatifs qui, eux, dépassent largement la stricte observation des faits. En 1955, le discours de presse était un « discours des sources ». Les citations s'étaient nombreuses. Aujourd'hui, elles sont beaucoup plus courtes. « Elles visent moins à informer qu'à authentifier le discours du journaliste. La citation agit alors comme preuve ou illustration, et ponctue un discours qui est d'abord celui du journaliste.¹⁰⁹ »

Entretien avec Armande Saint-Jean : éthique de l'information

Armande Saint-Jean, professeure en communication à l'Université de Sherbrooke, était récemment invitée à présenter son essai¹¹⁰ à l'émission radiophonique de la SRC Indicatif Présent. Elle y analyse 40 ans d'information au Québec d'un point de vue éthique. Nous présentons ici quelques propos que l'auteure a tenus lors de cet entretien diffusé en décembre 2003.

Au cours de l'entretien, Mme Saint-Jean aborde divers phénomènes des années 1990 qui ont eu un impact sur l'éthique journalistique. Elle s'intéresse notamment à l'arrivée d'une relève journalistique qui, avec ses nouvelles « façons de faire » a suscité beaucoup de questionnement. Elle examine aussi les effets du raffinement des outils de communication en traitant entre autres de l'arrivée du direct et de la télévision en « temps réel ». Elle constate que les choses ont un peu changé si on les compare à l'embourgeoisement caractérisé des professionnels des années 1980 et compte tenu de la sécurité d'emploi apporté par les conventions collectives, faisant en sorte qu'on ne remettait plus en question le métier lui-même.

D'une manière plus large, elle considère que, durant les quatre dernières décennies, il s'est produit un déplacement de la responsabilité du citoyen vers les entreprises de presse et la collectivité des journalistes. Elle croit qu'il est urgent que les journalistes trouvent une manière éthique de remplir leur mandat et qu'ils établissent leurs devoirs et obligations comme doivent le faire les corporations professionnelles. Il y a urgence d'assumer l'éthique. D'autre part, du côté des entreprises de presse, il s'est produit un désistement généralisé. Il existe une grande confusion entre intérêts sociaux et intérêts économiques. On vit dans un système tripartite depuis 50 ans: les journalistes, les entreprises et le public,

¹⁰⁸ Ibidem, p. 331.

¹⁰⁹ Diffusé lors de l'émission In dic atif Présent animée par Marie-France Bazzo, à la 1e chaîne de la radio de Radio-Canada, le 3 décembre 2002.

¹¹⁰ Saint-Jean, Armande. Éthique de l'information/Fondements et pratiques au Québec depuis 1960, Éditions Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal, 2002.

qu'on considère comme un consommateur. Pour que le système fonctionne, il faut que chaque partie joue pleinement son rôle.

Cadre législatif et réglementaire

PARTIE 1

La presse écrite est née dans un esprit de contestation de l'autorité politique. Les premiers journaux s'opposaient à l'État. Ainsi, « [...] la reconnaissance de la liberté de presse au XIXe siècle marque une étape cruciale dans l'histoire des relations entre l'État et les médias : en consacrant l'indépendance de la presse, on niait du même coup aux gouvernements tout droit d'intervenir par voie de réglementation dans ce secteur.¹¹¹ »

Au Québec, la presse n'est pas réglementée, comme le sont les autres médias, par un organisme gouvernemental. Il existe une exception cependant, datant de 1929, la Loi sur la presse. Le décret provincial s'applique essentiellement aux journaux ou périodiques publiés à des fins commerciales. Il protège les journalistes de poursuites civiles ainsi que les victimes de diffamation. Par ailleurs...

« Au Canada, toutes les politiques publiques découlent des droits fondamentaux inscrits dans la Loi constitutionnelle de 1982 ou la Charte canadienne des droits et libertés de la personne. Certains d'entre eux, comme la liberté d'entreprise, peuvent avoir une incidence sur plus d'un domaine, dont celui des communications.¹¹² »

Aussi, les autres droits fondamentaux du citoyen inscrits dans les chartes sont à considérer: la liberté d'expression (le droit de donner son avis sur n'importe quel sujet) inscrite dans la Charte canadienne, le droit du public à l'information, inscrit dans la Charte québécoise des droits et libertés, et le droit à la communication (notion ne faisant pas l'unanimité, à la fois un droit de communiquer jumelé à la liberté de la culture).¹¹³

Le Conseil de presse du Québec¹¹⁴

Organisme d'autoréglementation de l'industrie des médias au Québec, le Conseil de presse du Québec (CPQ) a été instauré en 1973 par la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), l'Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française (ACRTLF), l'Association des hebdomadaires de langue française du Canada, l'Association des quotidiens du Québec et la Société Radio-Canada. Télé-Québec, alors nommée Radio-Québec, devaient plus tard adhérer au Conseil.

La mission du CPQ consiste à protéger la liberté de presse et à défendre le droit du public à une information exacte, complète et de qualité. Pour ce faire, il recueille les plaintes des citoyens à l'encontre de la presse (près de 1 500 plaintes reçues entre 1973 et 1998). Aussi, il assume un rôle d'éducateur, tant auprès du public

¹¹¹ Raboy, p. 130.

¹¹² Idem p. 123.

¹¹³ Idem, p. 123-124.

¹¹⁴ Idem, p. 131. Texte intégral.

que de l'ensemble des médias d'information et de la communauté journalistique. L'adhésion au Conseil est volontaire et l'action de ce dernier s'étend à tous les médias d'information au Québec, qu'ils soient membres ou non du Conseil.

Le CPQ s'inspire grandement du Conseil de presse britannique, créé en 1953. Il ne détient aucun pouvoir judiciaire, réglementaire, législatif ou coercitif. L'organisme n'étant qu'une « autorité morale », ses décisions ne sont que des recommandations et le respect de ses mesures repose uniquement sur la bonne volonté des organes d'information. Par ailleurs, les cas jugés et les avis émis par le passé par le Conseil établissent une certaine jurisprudence.

Le conseil d'administration du Conseil de presse du Québec comprend sept journalistes, sept représentants des entreprises de presse et huit membres provenant du public québécois, dont le président actuel Michel Roy¹¹⁵. L'organisme se distingue des autres conseils de presse canadiens par son caractère tripartite (et non bipartite, c'est-à-dire composé uniquement des dirigeants et des employés) et, par le fait même, il couvre l'ensemble de la presse écrite au Québec.

PARTIE 2

Les années 1990 se révèlent particulièrement difficiles pour le Conseil. Dès le début de la décennie, l'organisme connaît une crise alors que les entreprises de presse menacent de le quitter, de cesser de le subventionner. Leur retrait n'a finalement pas lieu, mais le Conseil doit réaliser une profonde remise en question de son fonctionnement, de son financement et de ses objectifs. Sa phase de restructuration débute avec l'important rattrapage en ce qui a trait à l'étude des plaintes. Puis, au cours de l'exercice financier 1996-1997, le siège social du Conseil passe de Québec à Montréal; le personnel du secrétariat est réduit, puis renouvelé; les méthodes de travail reliées à l'étude des plaintes sont revues; un groupe de travail interne chargé de revoir la structure de financement de l'organisme est mis sur pied. Enfin, les commissions ainsi que les comités permanents sont remplacés par des comités ad hoc chargés de recevoir des mandats précis.

En 1998, après un quart de siècle d'existence, le Conseil souffre toujours d'un manque de crédibilité, de visibilité et de moyens financiers. En ce qui a trait à la crédibilité, c'est principalement son manque de régularité dans les prises de décisions ainsi que ses retards dans le traitement des plaintes qui le désavantagent. Ainsi, entre 1988 et 1998, il faut plus d'un an au CPQ pour traiter une plainte et rendre une décision. Quant à la visibilité de l'organisme, notons que plus des deux tiers des Québécois (69 %) ignorent tout du Conseil de presse en 1998. Enfin, du côté du financement, le CPQ se trouve dans une situation très précaire. Par exemple, pour l'exercice financier 1996-1997, l'organisme cumule un déficit de 16 000 \$ pour des revenus de 313 000 \$¹¹⁶. En fait, les problèmes financiers sont principalement reliés au manque d'équilibre dans les contributions

¹¹⁵ Voir le site du Conseil, (7 décembre 2002). Les données tiennent compte de l'adhésion de Quebecor à l'organisme. Selon le président du Conseil, Michel Roy, la présence de Quebecor est salutaire pour le Conseil: « Ça m'a pris trois ans pour les convaincre, il manquait un gros morceau. » Moisan, Mylène, « Les projets de Diane Lemieux inquiètent le Conseil », *Le Soleil*, Québec, 8 sept. 2002.

¹¹⁶ En 2002, le Conseil fonctionne avec un budget de 380 000 \$ dont une subvention du ministère de la Culture et des Communications. Moisan, Mylène, « Les projets de Diane Lemieux inquiètent le Conseil », *Le Soleil*, Québec, 8 sept. 2002,

des six membres constitutifs (en 1998)¹¹⁷, qui fournissent plus de la moitié du budget du CPQ, l'autre moitié provenant de la Fondation du Conseil de presse.¹¹⁸

Dates marquantes

ORIGINES SOUS INFLUENCES (1608-1800)

Dates marquantes¹¹⁹ : les origines sous influences (1608-1800)

The Quebec Gazette – La Gazette de Québec

Le Traité de Paris – 10 janvier 1763, la France cède à l'Angleterre l'Acadie, le Canada, Terre-Neuve, le Cap-Breton et toute la contrée s'étendant sur la rive gauche du Mississippi. Le gouverneur James Murray est nommé avec pouvoirs discrétionnaires. Il s'entend beaucoup mieux avec les seigneurs canadiens-français qu'avec les marchands anglais. Dans ce contexte, il encourage vivement l'établissement de l'imprimerie et du journalisme.

Le 21 juin 1764, moins d'un an avant l'instauration du régime britannique, les imprimeurs William Brown et Thomas Guilmore publient 143 exemplaires du premier numéro de Quebec Gazette – La Gazette du Québec, journal bilingue.

La Gazette du commerce et littéraire, premier journal unilingue français au Québec: le 3 juillet 1778, Fleury Mesplet, français d'origine et après un long séjour aux États-Unis (révolution américaine) publie, à Montréal, le premier numéro de La Gazette du commerce et littéraire, avec l'aide de l'avocat Valentin Jautard. Mais Jautard s'avise de critiquer l'Administration et les deux protagonistes doivent immédiatement quitter le pays et le journal ferme ses portes.

Le 25 août 1785, sorti de prison, Fleury Mesplet fonde un nouveau journal, plus tempéré cette fois: La Gazette de Montréal. Endetté, ce dernier meurt le 21 novembre 1794. La Gazette de Montréal issue de la Gazette littéraire et du commerce deviendra un journal unilingue anglophone d'abord sous le titre de The Montreal Gazette puis sous The Gazette.

REVENDEICATION - RÉBELLION (1800-1838)

Dates marquantes¹²⁰ : de la revendication à la rébellion (1800-1838)

Le tournant du XVIIIe au XIXe siècle marque une étape importante du journalisme. Entrent en scène des hommes qui se battent pour leurs idées politiques et des réformes administratives. Des journaux revendicateurs naissent comme La Minerve ou le Canadien qui, pour sa part, renaît plusieurs fois de ses cendres.

¹¹⁷ Données recueillies en 1999 par les auteurs.

¹¹⁸ Raboy, p. 131-132.

¹¹⁹ Benoist, Bernard. L'évolution de la presse écrite au Québec. Cours Connaissance des médias, Notes rédigées par le professeur, UQAM, 1996, p. 1-33. Le contenu de ce document n'est pas exhaustif; plusieurs journaux ne figurent pas dans ce court historique.

¹²⁰ Benoist, Bernard. L'évolution de la presse écrite au Québec. Cours Connaissance des médias, Notes rédigées par le professeur, UQAM, 1996, p. 1-33. Le contenu de ce document n'est pas exhaustif; plusieurs journaux ne figurent pas dans ce court historique.

1826: Fondation à Montréal du journal patriote La Minerve, qui joue un rôle considérable dans les années précédant l'insurrection de 1837. Le journal devient outil de revendications à l'Assemblée législative dans les mains du Parti patriote (ou Parti réformiste) ayant comme chef le célèbre Louis-Joseph Papineau. Devant les injustices faites aux Canadiens français aux Communes anglaises notamment, le journal d'Augustin-Norbert Morin et de Ludger Duvernay prêche la résistance armée comme moyen d'obtenir justice. Suivront de vifs débats et des polarisations dans les journaux de l'époque face à l'action de La Minerve. Par exemple, avec le Quebec Mercury fondé en 1805 par Thomas Cary.

1828: Daniel Tracey fonde le journal anglais « réformiste » Irish Vindicator, le seul à soutenir quelque peu l'action de La Minerve.

1834: Louis-Joseph Papineau dépose à la Chambre les « 92 résolutions » rédigées avec l'aide, entre autres, d'Augustin-Norbert Morin. Il s'agit d'une liste de griefs contre l'Angleterre. On y réclame, par exemple, le contrôle du budget par la Chambre populaire et la responsabilité du pouvoir exécutif.

POLÉMIQUE ET LITTÉRATURE (1837 - 1867)

Dates marquantes¹²¹ : de la polémique et de la littérature (1837-1867)

Au lendemain des troubles de 1837-1838, le Bas-Canada recouvre « les vertus de la modération », alors qu'il sera réuni politiquement au Haut-Canada. La presse soutiendra cette modération. La révolte ouverte cède la place à l'argumentation politique et philosophique. Les années 1840 à 1867 virent le peuple se mêler de plus en plus de la vie politique. C'est en 1839 que le Rapport Durham fut publié, recommandant l'anglicisation des Canadiens français, la mise en place du gouvernement responsable et l'Union des deux Canada. À la même époque, un fort mouvement littéraire stimula la création de nombreux journaux consacrés à la publication des œuvres d'écrivains du terroir. Ainsi parurent l'Abeille canadienne, Soirées canadiennes, etc. Ce journalisme se veut patriotique, mais il ne présente rien de révolutionnaire et prêche tout au contraire une modération résignée.

1853: J. P. Guité et A.D. Grandpré fondent Le Courrier de St-Hyacinthe, auquel Honoré Mercier participera plus tard; cette publication existe toujours en 2003.

1859: Fondation à Kingston de la Canadian Press Association. L'organisme visait entre autres à abolir les frais postaux sur la livraison de journaux.

CONFÉDÉRATION - GRAND TIRAGE (1867 - 1900)

Dates marquantes¹²²: Confédération et grand tirage (1867-1900)

Lorsque le Parlement britannique adopte en 1867 la British North America Act, l'imprimerie et le journalisme existent au pays depuis 115 ans et le télégraphe depuis 20 ans. Il n'est donc pas surprenant que le texte de la Constitution aborde les principes fondamentaux en ce qui a trait aux communications et à la diffusion au Canada. L'article 91 précisant les pouvoirs du gouvernement fédéral aborde les

¹²¹ Idem.

¹²² Idem.

droits d'auteur. L'article 92 qui édicte les pouvoirs attribués aux provinces circonscrit, notamment, la propriété et les droits civils.

LE QUOTIDIEN LA PRESSE

Dates marquantes¹²³: le quotidien La Presse

1844: William-Edmond Blumhart fonde La Presse. Il la revend deux ans plus tard à Trefflé Berthiaume. À force de travail et d'ingéniosité, ce dernier fit du journal non seulement une entreprise rentable, mais aussi d'envergure nationale. Son succès tient d'une part à son talent d'homme d'affaires et aussi à l'activité de deux journalistes qui popularisent La Presse dans les milieux ouvriers¹²⁴.

1929: Tentative de syndicalisation des journalistes de La Presse.

1931: La Presse obtient la médaille de l'Académie française.

1944: Grâce à la Loi des relations ouvrières que vient de faire adopter le Premier ministre Adélard Godbout, on assiste à la création du Syndicat de l'industrie du journal, affilié à la Confédération des travailleurs catholiques du Canada (CTCC), qui deviendra plus tard la CSN.

1958: Mini-grève de 13 jours des journalistes syndiqués de La Presse qui obtiendront « tout ce qu'ils veulent et même plus! »

1961: Le 29 avril, dans un coup d'éclat, Mme Angéline DuTremblay abandonne La Presse à ses neveux après avoir vainement tenté de constituer une fondation destinée à assurer l'avenir du journal ainsi d'assurer la sécurité financière de ces derniers. Elle quitte le quotidien afin de mettre sur pied un autre journal destiné à ruiner La Presse. En septembre, paraît le premier numéro du Nouveau Journal du tandem DuTremblay-Gagnon. « Un journal de rêve pour journalistes. » Imprimé par The Gazette, il compte 90 des meilleurs journalistes de Montréal. Malgré les millions de Mme DuTremblay, des difficultés financières et administratives entraîneront sa chute le 21 juin 1962, après seulement neuf mois de publication.

1964: Le 3 juin, début d'une grève des typographes qui dégénère en lock-out généralisé de sept mois à La Presse. Les causes du conflit résident dans la crainte de l'automatisation chez les typographes et dans la recherche de la liberté de l'information chez les journalistes. Le 15 juin, Pierre Péladeau, assisté de Serge Roy, diffuse le premier numéro du quotidien Le Journal de Montréal, qui au début est un journal d'après-midi comme l'était aussi La Presse. Le 21 juillet, Jacques Brillant et Charles-Henri Dubé publient le premier numéro de Métro-Express qui, lui, ne surviva pas.

1967: juillet: c'est l'effervescence d'Expo 67. Après l'adoption par l'Assemblée nationale du projet de loi 282, précisant la situation de la propriété du journal, la corporation de valeurs Trans-Canada, l'une des nombreuses composantes de Power Corporation du financier Paul Desmarais, achète La Presse pour un montant

¹²³ Idem.

¹²⁴ Hamelin, Jean et André Beaulieu. La presse québécoise des origines à nos jours.

approximatif de 15 à 17 millions de dollars. Le quotidien avait été la propriété de la famille Berthiaume pendant 78 ans.

DIVERSIFICATION, STABILISATION, DÉCROISSANCE

Dates marquantes¹²⁵ : diversification, stabilisation et décroissance (1900-1995)

La diversification (1900-1930)

De 1900 à 1914, la presse écrite se diversifie au Québec. En 1903, c'est l'apparition du quotidien *Le Canada*, organe officiel, puis officieux du Parti libéral; en 1907, fondation de *L'Action sociale catholique*, propriété du clergé de Québec; en 1910, les débuts de la *Tribune de Sherbrooke*. Tout cela s'inscrit dans les débuts de la presse quotidienne hors de Montréal et de Québec, tandis que la parution du premier numéro du *Devoir* fournit un nouvel élan au nationalisme modéré; en 1913, *Le Droit d'Ottawa* devient le premier quotidien de langue française au Canada à être publié hors Québec.

Au lendemain de la Première Guerre, quelques nouveaux journaux dont l'importance se fera sentir voient le jour. Ainsi en 1920, *Le Nouvelliste de Trois-Rivières* s'ajoute au nombre des quotidiens et, en 1926, *Le Petit Journal* commence sa carrière comme l'un des hebdomadaires populaires de format tabloïd.

1922: établissement de la *United Press International of Canada* comme deuxième agence de presse au Canada.

1929: le gouvernement Taschereau fait voter à Québec la Loi de la presse et la Loi relative à la radiodiffusion. Le 24 octobre, en ce « jeudi noir », c'est le krach de la Bourse de New York, qui marque le début de la crise économique dont les répercussions se feront sentir dans tout le monde occidental jusqu'à la Deuxième Guerre mondiale.

La stabilisation (1930-1954)

Cette période, débutant avec la crise économique (1929-1939) et qui se poursuit avec la Deuxième Guerre mondiale (1939-1945), est marquée par la stabilisation du nombre et de la présentation des journaux. En 1930, toutefois, apparaît *L'Illustration*, l'un des premiers quotidiens populaires de format tabloïd qui, sous le nom de *Montréal-Matin*, deviendra la propriété de l'Union nationale de Maurice Duplessis. D'autre part, *La Patrie*, que les propriétaires de *La Presse* achètent en 1933, se signale également à partir de cette époque, par son format tabloïd et son caractère populaire.

1935: *La Patrie* adopte la neutralité politique et lance la publication de *La Patrie du dimanche*, dont le tirage atteindra les 300 000 exemplaires. Fondation de *La Voix de l'Est*, hebdomadaire qui deviendra un quotidien en 1945. Actuellement, Granby demeure la seule ville de son importance à posséder un quotidien au Québec.

La décroissance (1954-1995)

S'amorce aux débuts des années 1950 la disparition d'un grand nombre de journaux, parmi lesquels *Le Canada* en 1954, *The Herald* en 1957, *Le Montréal-Matin* en 1978 ainsi que *The Montreal Star* en 1979.¹²⁶

¹²⁵ Idem.

1967: le 6 mars, Pierre Péladeau fonde son deuxième quotidien, Le Journal de Québec.

1971: Projet de Charte constitutionnelle.

1973: à Québec, disparition de L'Action. Seuls demeurent Le Journal de Québec et Le Soleil; le 20 février, fondation du Conseil de presse du Québec. Il s'agit d'un organisme privé à caractère public, constitué à but non lucratif en vertu de la Loi des compagnies du Québec. Il vise à assurer la défense et la promotion de la liberté de presse et du droit du public à l'information dans le domaine de la presse écrite et électronique.

1981: le 18 août, publication à Ottawa du Rapport de la Commission royale sur les quotidiens (aussi connu sous le nom de Rapport Kent).

1995: Le Devoir célèbre ses 85 ans.

¹²⁶ À la suite d'une grève de ses employés. The Gazette demeure le seul quotidien anglophone de Montréal.

Annexes

DONNÉES FINANCIÈRES SUR LES ÉDITEURS

Annexe 1

Données financières sur les éditeurs de journaux au Canada

| | 1999 | 2000 |
|--|---------|---------|
| Revenu total (en millions) | 4 632,9 | 4 752,1 |
| Dépenses totales (en millions) | 4 027,7 | 4 008,7 |
| Marge bénéficiaire¹²⁷ (%) | 13,1 | 15,6 |
| Salaires, traitement et avantages sociaux (en millions) | 1 615,8 | 1 657,6 |
| Nombres d'employés | n. d. | n. d. |

Source : Statistique Canada, Tableau 361-000

Répartition des titres et du tirage des quotidiens au Québec en 2000

| Groupe | Titre | Tirage | | |
|----------------|---|------------------|---------------------|--------------------|
| | | Exemplaires | Parts de marché (%) | |
| | | | Marché total | Marché francophone |
| Gesca (Power) | <i>La Presse</i> <i>La Tribune</i> <i>La Voix de l'Est</i> <i>Le Nouvelliste</i> <i>Le Soleil</i> <i>Le Quotidien</i> <i>Le Droit</i> | 2 904 199 | 43,2 | 51,1 |
| Quebecor | <i>Le Journal de Mtl</i> <i>Le Journal de Qc</i> | 2 606 904 | 38,7 | 45,9 |
| CanWest Global | <i>The Gazette</i> | 1 019 788 | 15,2 | -- |
| Hollinger | <i>The Record</i> | 25 860 | 0,4 | -- |
| Le Devoir | Le Devoir | 171 614 | 2,5 | 3,0 |
| Total | 12 | 6 728 365 | 100,0 | 100,0 |

Source : Centre d'études sur les médias, Université Laval in Note sur la presse écrite (2002).

¹²⁷ [1] La marge bénéficiaire est calculée comme suit: le revenu total moins les dépenses totales, le tout exprimé en pourcentage du revenu total.

Annexe 2
Répartition des titres et du tirage des hebdomadaires québécois (2000)

| Groupe | Titres | | Tirage | |
|---|--------|-------|----------------------|-----------------|
| | nombre | % | nombre d'exemplaires | Parts de marché |
| Hebdos Transcontinental | 58 | 30,0 | 1 873 339 | 41,6 |
| Corporation Sun Media/ Quebecor | 48 | 24,9 | 746 297 | 16,6 |
| Les Hebdos Montérégiens | 12 | 6,2 | 306 724 | 6,8 |
| Jean-Paul Auclair/Quebecor | 4 | 2,1 | 221 803 | 4,9 |
| Éditions Deux- Montagnes Jean-Claude Langlois | 4 | 2,1 | 174 984 | 3,9 |
| Gesca Power | 2 | 1,0 | 88 833 | 2,0 |
| Autres groupes | 27 | 14,0 | 520 138 | 11,5 |
| Hebdos indépendants | 38 | 19,7 | 575 458 | 12,7 |
| Total | 193 | 100,0 | 4 507 576 | 100,0 |

Source: Centre d'études sur les médias, Université Laval.

Annexe 3

BCE

Président et chef de la direction: Michael Sabia

Chiffres clés (au 31 décembre 2001/en milliards de dollars)

CA 22 \$

CA par secteur : Bell Globemedia.....1,2 \$

CA par zone géographique :

Canada..... 18 \$ Étranger..... 4 \$

Nombre d'employés 75 000

Principaux médias

TÉLÉVISION

TQS (40 %)

Canal Évasion (50,1 %)

CFCF (70 %)

ARTV (16 %)

RDS (80 %)

CTV

ROBTV

The Sports Network (TSN) (80 %)

The Discovery Channel (80 %)

Viewer's Choice Canada (25 %)

CTV Newsnet

Talk TV

The Comedy Network (95 %)

Outdoor Life (33 %)

QUOTIDIENS

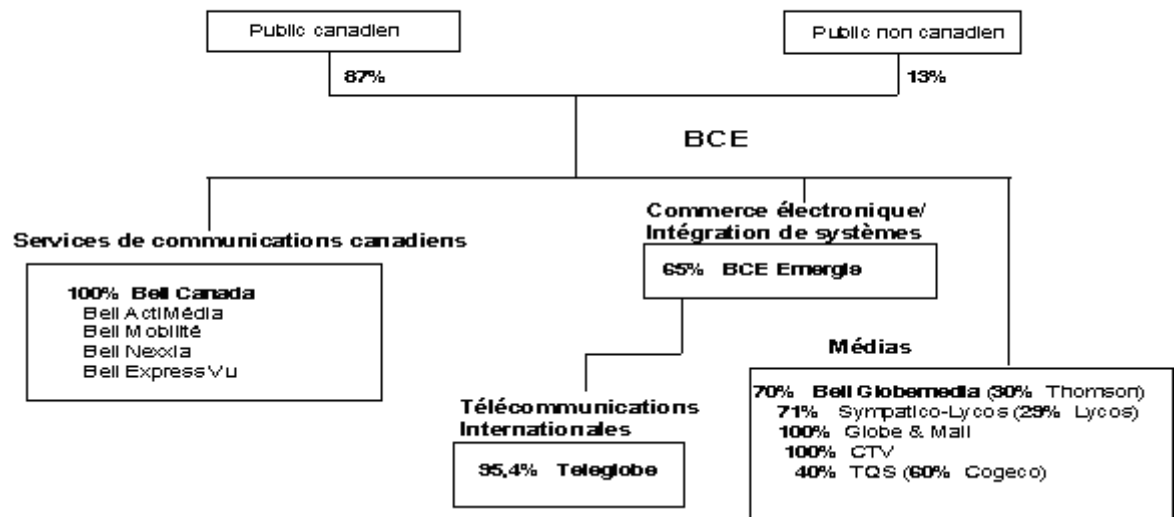
Globe & Mail

INTERNET

Sympatico.ca

Workopolis.com

Yellowpages.ca



Source: Média, le guide annuel des médias 2002.

Annexe 4
CANWEST GLOBAL COMMUNICATIONS
Président: Israël Asper

Chiffres clés (au 31 août 2001/en millions de dollars)

CA 1 944 \$

CA par secteur : Publications & Internet 919 \$
Télévision/Radio..... 848 \$
Divertissement..... 177 \$

CA par zone géographique :

Canada..... 1 800 \$ Étranger..... 144 \$

Nombre d'employés 11 400

Principaux médias

TÉLÉVISION

18 chaînes au Canada, dont 2 au Québec

CKMI (51 %)

Ch Horizon

5 chaînes en Australie, en Nouvelle-Zélande et en Irlande

RADIO

2 stations en Nouvelle-Zélande

INTERNET

Canada.com

PUBLICATIONS

13 quotidiens au Canada, dont:

The Gazette (Montréal)

The National Post

58 magazines

102 hebdomadaires et périodiques

Source: Média, le guide annuel des médias 2002

Annexe 5
GROUPE TRANSCONTINENTAL
Président du Conseil: Rémi Marcoux

Principaux médias

MAGAZINES

105 dont :

Les Affaires
Affaires Plus
Commerce
PME
Le Journal
économique
Finance et
investissement
TV Guide/TV
Hebdo
Capital Santé
Coup de pouce
DécorMag
Elle Québec
Elle Girl Québec
Le Bel Age
Madame
Fleurs, Plantes et
Jardins
Golf International
Journal Golf
Golf/Les Affaires
Forces
En Voiture
Clic: La vie
Investment
Executive
Canadian Living
Elle Canada
Good Times
ieMoney
Homemaker's
Style at Home
The Hockey News
Hockey Business
Preview Sports

Publications

(8 publications)

INTERNET

Servicevie.com
MokaSofa.ca
Lesaffaires.com
Publisac.ca

HEBDOS LOCAUX

69 hebdomadaires locaux et
83 publications
connexes

QUOTIDIENS

11 quotidiens au
Canada, dont :
Métro (participation
majoritaire)
(25 % Groupe
Modern Times,
participation de
Gesca)

Source: Média, le guide annuel des médias 2002.

Annexe 6
POWER CORPORATION
Président: Paul Desmarais

Chiffres clés (au 31 décembre 2001/en millions de dollars)

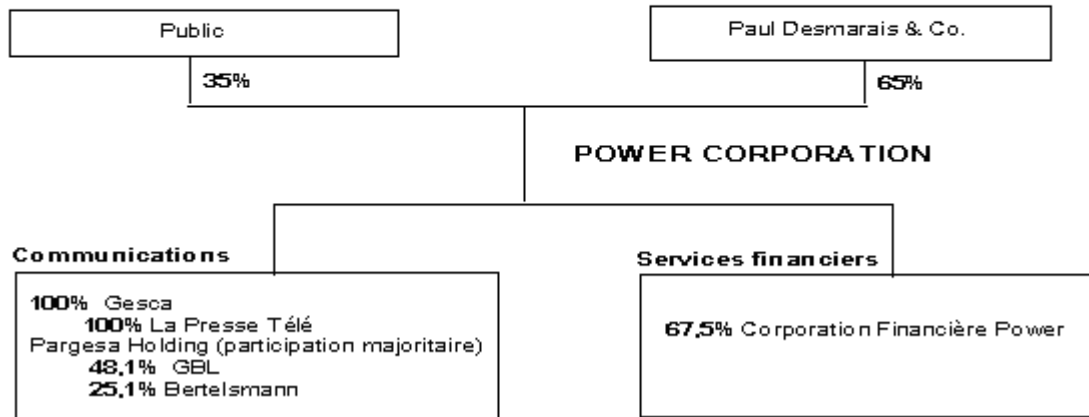
CA 18 360 \$

CA par secteur : Revenu-primés.....10 477 \$
 Revenu de placement..... 4 046 \$
 Honoraires et revenu
 lié aux médias.....3 837 \$

Nombre d'employés 26 500

Principaux médias

| <u>JOURNAUX</u> | | <u>MAGAZINES</u> | |
|---|---|----------------------|-------------------------|
| | <i>Le Droit</i> (Ottawa) | | <i>Tendances déco</i> |
| | <i>Le Soleil</i> (Québec) | | <i>Tendances</i> |
| <i>La Presse</i> (Montréal) | <i>Le Quotidien</i> (Saguenay) | <i>Golf</i> | <i>mode</i> |
| <i>Le Nouvelliste</i> (Trois-Rivières) | <i>Le Progrès-</i> <i>Dimanche</i> (Saguenay) | <i>Revue Golf</i> | <i>GPF1</i> |
| <i>La Tribune</i> (Sherbrooke) | <i>Métro</i> (Montréal) | <i>Golf de</i> | <i>Voilà!</i> |
| <i>La Voix de l'Est</i> (Granby) | (participation minoritaire) | <i>l'Industrie</i> | (avec Radio- Canada) |
| | | <i>Table en fête</i> | |



Source: Média, le guide annuel des médias 2002.

Annexe 7
QUEBECOR
Président: Pierre Karl Péladeau¹²⁸

Chiffres clés (au 31 décembre 2001/en millions de dollars)

CA 12 172 \$
CA par secteur
Imprimerie.... 9 788 \$ Journaux..... 838 \$
Télédiffusion... 323 \$
Internet/Technologie..... 156 \$
Divertissement..... 260 \$
Câblodistribution..... 710 \$
Télécommunications d'affaires..... 97 \$

Nombre d'employés 54 000

Principaux médias

TÉLÉVISION

TVA
LCN
Vox

JOURNAUX

8 quotidiens et
180 journaux
locaux, dont:
*Le Journal de
Montréal*
*Le Journal de
Québec*
Toronto Sun

HEBDOS

**URBAINS
GRATUITS**

Ici
Mirror

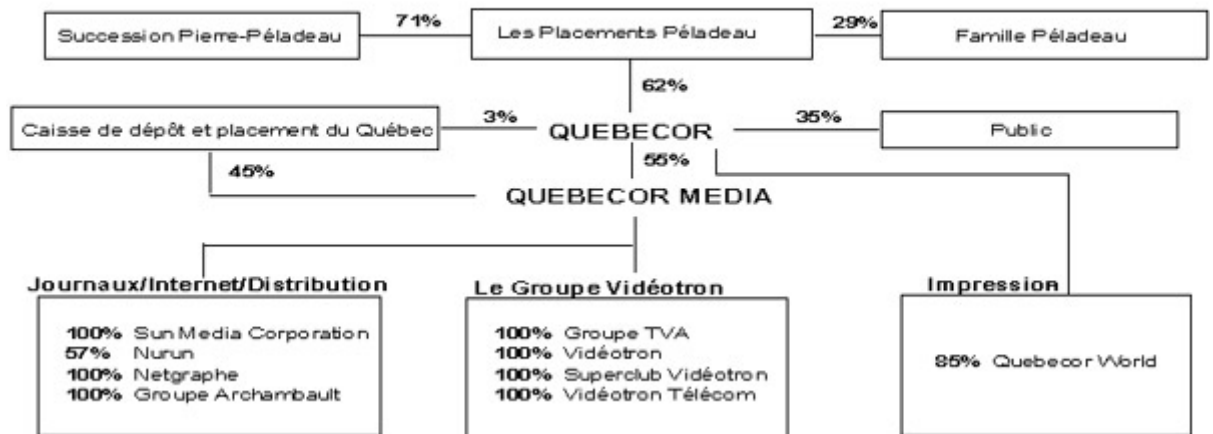
MAGAZINES

Échos Vedettes
Clin d'oeil
Femme
Filles
d'aujourd'hui
*Les idées de
ma maison*
*Décoration
chez-soi*
Rénovation-
Bricolage
*Plans de
maisons du
Québec*
Décideurs
7 jours
TV 7 jours
Le Lundi
Dernière Heure
Star inc.
Cool !
Femme
d'aujourd'hui
Guide internet
TV Hebdo
(50 %)

INTERNET

Canoe.qc.ca
Archambault.ca
Infinet.com
La Toile du Québec
Jobboom
Webfin
Canoe.ca

¹²⁸ « Brève chronologie de l'intervention de la FPJQ sur la concentration de la presse », in *Principales prises de positions de la FPJQ*.



Source: *Média*, le guide annuel des médias 2002.

Annexe 8
ROGERS COMMUNICATIONS
Président: Edward S. Rogers

Chiffres clés (au 31 octobre 2001/en millions de dollars)

CA 3 913 \$

CA par secteur

Média.....727 \$ Câble..... 1 433 \$ Télécom... 1 753 \$

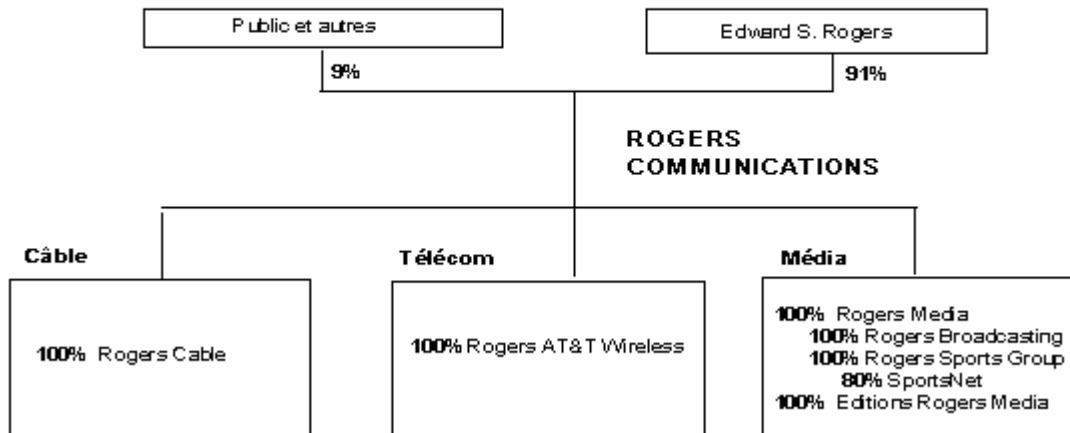
CA par zone géographique:

Canada..... 3913 \$

Nombre d'employés 13 500

Principaux médias

| RADIO | TÉLÉVISION | MAGAZINES | |
|--------------|---|--|--------------------------------|
| 43 stations | 3 chaînes spécialisées : CFMT (Toronto), The Shopping Channel, SportsNet (80 %) Participation dans 8 autres chaînes spécialisées | 14 magazines, dont : <i>Châtelaine</i> <i>L'actualité</i> <i>Maclean's</i> <i>Flare</i> | 68 publications spécialisés |
| | | | INTERNET Rogers@home |



Source: *Média*, le guide annuel des médias 2002.

Annexe 9 PETIT LEXIQUE

Concentration: Processus économique et financier qui caractérise un marché marqué à la fois par la réduction du nombre des acteurs et par l'augmentation de leur envergure.

Concentration croisée (ou propriété mixte): Cette forme de concentration désigne une situation où une société possède des actifs dans deux ou plusieurs médias (par ex., journaux/télévision, Internet/journaux, radio/télévision).¹²⁹

Concentration verticale (ou intégration verticale): Définit une situation dans laquelle une entreprise contrôle les différentes phases d'un processus de production. On pense à Quebecor, qui publie des quotidiens, des hebdomadaires et des magazines, est également présente dans le secteur de l'imprimerie et dans celui de la distribution (Messageries Dynamiques).¹³⁰

Conglomérat: Groupe financier réunissant diverses entreprises de secteurs analogues (intégration horizontale) ou de secteurs différents mais connexes (intégration verticale) ou les deux à la fois.

Convergence: Rapprochement de techniques, d'industries ou d'activités auparavant distinctes. Se dit habituellement de la convergence des technologies de l'informatique, des télécommunications et de la radiodiffusion.

Déréglementation: Volonté politique de supprimer les contraintes liées aux activités des entreprises afin d'accroître la concurrence et, de ce fait, d'améliorer les services.

Journalisme d'enquête: Métier ou forme d'expression de tous ceux qui contribuent à rendre publics les dessous de différents événements ou phénomènes, notamment ceux que des pouvoirs quelconques voudraient dissimuler.

Journaliste: Professionnel du journalisme qui travaille pour le compte d'une ou de plusieurs entreprises de presse.

Libre circulation de l'information: Capacité pour les faits et les idées d'être communiqués sans contraintes ni entraves.

Liberté de presse: Droit reconnu à tout citoyen de publier ou de faire publier ses opinions dans un média.

Marchandisation des médias: Impératifs de rationalisation de toutes les activités des médias selon des critères économiques de rentabilisation.

Média: Moyen de communication qui permet soit le déplacement de personnes ou de biens, soit l'échange symbolique, c'est-à-dire l'échange de messages, d'idées ou d'information.

¹²⁹ La concentration à l'ère de la « convergence », p. 5,
<http://www.assnat.qc.ca/fra/Publications/rapports/rapcc2.html>

¹³⁰ Idem.

Média alternatif: Média régi par d'autres principes que ceux auxquels obéit la logique commerciale ou étatique.

Média communautaire: Média qui appartient à une communauté locale ou régionale et dont les membres participent à la gestion.

Média de masse: Ensemble de supports de diffusion massive de l'information (presse, télévision, câblodistribution, etc.).

Média parallèle: Média indépendant qui diffuse une information dont l'idéologie est dite marginale.

Média traditionnel: Média établi avant l'implantation d'Internet par opposition au terme « nouveaux médias ».

Mondialisation: Processus caractérisé par la généralisation des échanges économiques transnationaux, le rôle diminué des États nationaux, la réduction des contraintes de temps et d'espace, la remise en questions des notions d'identités nationale et culturelle, l'émergence des nouveaux réseaux globaux et la mise en place de nouvelles instances mondiales de gouvernement.

Monopole: Se dit d'une situation de marché où il n'y a qu'un seul offreur.