

## COMMUNIQUÉ

**SOUS EMBARGO JUSQU'AU 16 OCTOBRE 2008 – 11 HEURES**

### **Repenser la nouvelle, un impératif pour les Québécois**

**Montréal, le 16 octobre 2008.** Les entreprises de presse et les journalistes doivent réfléchir sur leurs pratiques professionnelles et repenser l'information qu'ils offrent au public. Telle est la principale demande exprimée à l'issue de la tournée des régions du Conseil de presse du Québec, conclue au printemps dernier. Plus de 200 organismes socioéconomiques et quelques 250 citoyens sont venus s'exprimer lors de cet exercice de consultation publique sans précédent.

Pendant cinq mois, au début de l'année 2008, dans les 17 régions administratives du Québec, le Conseil a écouté les participants, citoyens, représentants de groupes socioéconomiques et artisans des médias, venus présenter leur avis et des idées constructives pour améliorer l'état de l'information à l'échelle locale, régionale et nationale. Le président du Conseil de presse, M. Raymond Corriveau, explique : « Ce processus de consultation a favorisé une expression authentique des citoyens qui, conscients de la nécessité et du rôle clé des médias dans le processus social et démocratique, réclament haut et fort davantage d'information et une façon novatrice de concevoir la nouvelle. »

La notion de nouvelle a été attaquée de toutes parts et un malaise profond s'est clairement exprimé. Pour les participants, la qualité de l'information serait particulièrement affectée par le sensationnalisme, la préséance à couvrir des événements-chocs, spectaculaires et négatifs (au détriment de nouvelles d'intérêt public et constructives), le manque d'équilibre et de mise en contexte, l'uniformisation du contenu, l'absence de suivi, le contenu simpliste et superficiel. On déplore également une sous-couverture du contenu culturel régional et un manque d'informations radiophoniques. Plusieurs secteurs semblent particulièrement malmenés par les médias. C'est le cas des secteurs de l'éducation, de la santé et des Premières nations, qui n'ont pas l'impression que les enjeux auxquels ils sont confrontés sont bien compris par la communauté journalistique.

L'accès à l'information pose également problème. Les municipalités rurales sont désavantagées par rapport aux grands centres urbains. Des centaines d'entre elles n'ont toujours pas accès à Internet haute vitesse, ce qui freine le développement régional, prive les citoyens d'une source importante d'information, rend difficile la création d'un média régional en ligne et nuit au travail des journalistes qui peinent à recevoir ou à transmettre du contenu. De plus, certaines régions, dont le Nord-du-Québec ou l'Abitibi-Témiscamingue, évoquent un problème d'accès aux médias écrits, alors qu'elles doivent attendre une, voir plusieurs journées, pour recevoir les quotidiens en kiosque. Ces derniers deviennent alors désuets. En outre, des quotidiens tels *Le Devoir* ne se rendent pas dans toutes les régions. Enfin, la redistribution satellitaire n'inclut pas toujours les chaînes régionales ou locales, alors que les participants considèrent que cet accès est essentiel.

Le public dénonce aussi une sous-représentation des régions dans les médias québécois. Il considère important que la presse nationale parle des enjeux régionaux et déplore

largement le manque de couverture régionale, tant factuelle qu'éditoriale. Pour la majorité des participants de la tournée, les citoyens connaissent mal le Québec.

Par ailleurs, de manière générale, les gens se sont dits satisfaits des efforts de couverture locale par la presse hebdomadaire. À plus d'une occasion, les citoyens ont signalé le dévouement des journalistes qui œuvrent dans ce type de journaux. Toutefois, certaines critiques s'expriment plus particulièrement à l'égard de ces médias dont un ratio trop élevé de publicité et un rapport de proximité pouvant engendrer des relations conflictuelles entre les professionnels de l'information et les différents acteurs locaux, allant même parfois jusqu'au chantage lié à l'achat publicitaire.

Au-delà des difficultés médiatiques soulevées par le public, le point central pour tous les participants de la tournée est que l'information demeure essentielle et que les citoyens veulent s'exprimer sur celle-ci. Ils souhaitent faire connaître leurs insatisfactions, leurs besoins et cherchent une voie pour se faire entendre. Ils désirent comprendre davantage l'actualité et demandent l'instauration de mesures d'éducation et de formation aux médias. Le public veut voir augmenter sa représentation au sein du Conseil de presse dont la mission est considérée essentielle et les activités, méconnues. Il suggère au Conseil d'accroître ses interventions par l'autosaisie de dossiers et par une plus grande présence en région. Les participants consultés appellent un renforcement du mandat du Conseil, de son financement et de son indépendance par le biais, notamment, d'une loi-cadre.

À l'issue du dévoilement de ces résultats, M. Corriveau indique : « La tournée a permis de dégager la pensée citoyenne sur les médias québécois. L'avis du public présenté aujourd'hui dégage de riches pistes de réflexion et de solutions. Dans les prochaines semaines, le Conseil analysera les résultats de la tournée avec tous ses membres, les représentants du public, les journalistes et les entreprises de presse. Dans une volonté de partenariat avec le monde de l'information, nous comptons adopter un programme d'action, d'ici le printemps prochain, pour donner suite à plusieurs des idées recueillies et ainsi continuer à améliorer la qualité de notre information au Québec. D'ici là, nous invitons les citoyens et les membres de la communauté journalistique à poursuivre cette réflexion pour repenser tous ensemble l'information. »

Le document « L'état de la situation médiatique au Québec : l'avis du public » et tous les renseignements au sujet de cette consultation publique sont disponibles dans la section consacrée à la tournée du Québec, sur le site Internet du Conseil de presse, au [www.conseildepresse.qc.ca](http://www.conseildepresse.qc.ca).

Le Conseil de presse du Québec est un organisme à but non lucratif composé de représentants des entreprises de presse, de journalistes et de membres du public. Il agit comme tribunal d'honneur de la presse, en faveur du respect de la liberté de presse et du droit du public à l'information.

- 30 -

SOURCE : Marie-Eve Carignan, responsable des communications  
Conseil de presse du Québec  
Tél. : (514) 529-2818

RENSEIGNEMENTS : Guy Amyot, secrétaire général  
Conseil de presse du Québec  
Tél. : (514) 529-2818