

# L'indépendance journalistique

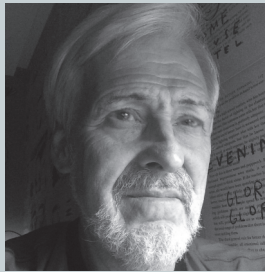
Hugo Prévost — Agence Science-Presse

On définit souvent le journalisme par son indépendance : au contraire du relationniste, il n'est pas là pour bien faire paraître ses sources, il doit éviter les conflits d'intérêts et présenter différents points de vue sans prendre parti. Deux acteurs du milieu journalistique éclairent nos lanternes sur les garde-fous à mettre en place pour qu'un média conserve son intégrité et son indépendance éditoriale.

## Pierre Sormany, le vétéran, ex-journaliste à Radio-Canada

Pour Pierre Sormany, qui a travaillé pour un média financé à la fois par l'État et par la publicité, les questions de l'indépendance et de l'objectivité s'entremêlent : un média démontre son indépendance par sa recherche rigoureuse des faits, sans donner de préférence à une opinion.

- Le journaliste ne se met pas au service d'une cause ;
- Le journaliste travaille dans l'intérêt du lecteur/auditeur/télespectateur ;
- Comparativement à un journaliste, l'agent d'information travaille pour un diffuseur qui a un message à passer ;
- Le texte soumis par un journaliste est souvent révisé par un éditeur, dont l'une des tâches est de veiller à ce que l'information ne favorise pas un point de vue au détriment d'un autre ;
- L'éditeur a aussi pour tâche de s'assurer que le journaliste a rigoureusement vérifié ses faits, non pas en fonction des personnes interviewées, mais en fonction de l'intérêt public ;
- La méfiance du public envers les médias traditionnels s'expliquerait par le fait qu'on demande aux journalistes de représenter une certaine gamme d'opinions ; or, comme les décideurs ne sont pas si nombreux, « cela peut donner l'impression qu'on donne toujours la parole aux mêmes personnes et que nous sommes des porte-voix des pouvoirs ».



## Gabrielle Brassard-Lecours, la relève, cofondatrice du média bilingue *Ricochet*

Pour Gabrielle Brassard-Lecours, cofondatrice d'un nouveau média qui peine à aller chercher des revenus pour assurer sa survie, la question du financement du média est au cœur de la question d'indépendance.



- Le modèle idéal de financement : entièrement financé par des individus. La taille du marché québécois « limite peut-être » les possibilités de médias entièrement financés par le public ; mais même ailleurs, des médias entièrement financés par le public sont des oiseaux rares ;
- Ces contributeurs « croient à la mission » de l'entreprise et ne tentent pas d'influencer le contenu comme pourraient le faire des publicitaires ;
- Dans le cas des médias traditionnellement financés par la publicité, les annonceurs paient indirectement le salaire des journalistes, et jouissent donc d'une certaine influence ;
- Avec l'indépendance vient la précarité (c'est vrai pour *Ricochet*, mais aussi pour *Planète F*, *Le Devoir* et autres petits médias) ;
- Pour gagner la confiance du public, il est important d'être hypertransparent sur les sources de financement et sur l'utilisation des fonds.