

Title: "Le sauvetage « symbolique » du journalisme par le Canada : trop peu trop tard?"
Author: Ian Gill
Published in: *The Philanthropist*, Journal
ISSN 2562-1491
Date: April 16, 2018
Original Link: <https://thephilanthropist.ca/2018/04/le-sauvetage-symbolique-du-journalisme-par-le-canada-trop-peu-trop-tard/>
Date of PDF Download: June 17, 2019

Le sauvetage « symbolique » du journalisme par le Canada : trop peu trop tard?

By Ian Gill

Les Canadiens se sont habitués, en particulier depuis que le président Donald Trump préside à la disgrâce de son pays sur la scène internationale, à entendre des éloges presque embarrassants au sujet de notre pays en tant que bastion mondial de la démocratie, de la tolérance et de la saine gouvernance.

Le fait de lire, a fortiori dans *The Washington Post*, que le Canada est devenu une sorte de figure emblématique de la disparition des journaux, ce « quatrième pouvoir » qui est censé être synonyme, voire le prérequis, d'une démocratie saine et d'une population informée, nous rappelle à la réalité.

« Les journaux meurent à petit feu depuis vingt ans », affirment les auteurs d'un texte d'opinion publié dans le *Post* à la fin mars. « Au Canada », écrivent-ils, « la réalité a maintenant dépassé la fiction ».

Les perspectives de Postmedia et de Torstar, qui détiennent à elles deux la plupart des journaux canadiens, sont à ce point sombres que Douglas McLennan, fondateur et éditeur d'ArtsJournal, et Jack Miles, lauréat d'un prix Pulitzer et d'un « prix des génies » MacArthur, prédisent que l'une ou les deux feront faillite d'ici deux à cinq ans, « ce qui laissera la plupart des grandes villes canadiennes sans quotidien local. Il est peu probable que les médias numériques combleront le vide ».

Les auteurs citent la première ministre britannique Theresa May, qui a déjà dit que la fermeture de 200 journaux dans son pays depuis 2005 « menace la démocratie ». Ils écrivent que les journaux américains sont en chute libre depuis un quart de siècle, les recettes publicitaires ayant fondu de plus de 66 % depuis 2000.

« En réponse à une baisse similaire au Canada, écrivent-ils, le gouvernement du premier ministre Justin Trudeau a promis 50 millions de dollars pour soutenir la couverture des nouvelles locales et a proposé des modifications législatives qui pourraient aider les entreprises de presse sans but lucratif à recueillir des fonds.

Mais à ce stade, ce ne sont guère plus que des gestes symboliques. »

McLennan et Miles sont loin d'être les seuls à faire preuve de scepticisme face à l'engagement en deux volets que prévoit le budget fédéral de 2018, c'est-à-dire 1) d'accorder 50 millions de dollars sur cinq

ans « à une ou à plusieurs organisations non gouvernementales indépendantes qui soutiendront le journalisme local dans les communautés mal desservies », et 2) d'étudier le droit de la bienfaisance pendant un an en vue d'autoriser « les dons privés et le soutien philanthropique pour des nouvelles locales et un journalisme fiables, professionnels et à but non lucratif » 2.

Au Canada, on juge que le volet financement de cette annonce est dénué de tout intérêt en ce qui concerne les perspectives de Postmedia et Torstar. Quant à savoir ce que 10 millions de dollars par année pourront faire pour soutenir le journalisme local dans un pays aussi vaste et diversifié que le Canada, où des centaines de journaux ont fermé leurs portes et où 16 000 emplois en journalisme ont été perdus au cours de la dernière décennie³, Dieu seul le sait. À l'issue d'une conférence du Forum des politiques publiques (FPP) sur « le journalisme communautaire et la démocratie », qui a eu lieu à Ottawa un mois après le dépôt du budget, personne n'est reparti en ayant une meilleure idée de ce que le gouvernement entend faire exactement.

De même, il est difficile de savoir en quoi consiste exactement le deuxième engagement d'Ottawa, qui « étudiera de nouveaux modèles » pour favoriser les dons privés et le soutien philanthropique au profit du journalisme. « [I]l pourrait s'agir », indique le gouvernement, « de nouveaux moyens, pour les journaux canadiens, d'innover et d'obtenir le statut d'organisme de bienfaisance en tant que fournisseurs de journalisme à but non lucratif compte tenu de leurs services dans l'intérêt du public ». Les pionniers des médias numériques espèrent que les « journaux » ne seront pas les seuls admissibles au statut d'organisme de bienfaisance, mais cela mis à part, tous se creusent la tête, pas seulement les médias, pour comprendre l'allusion obscure du gouvernement au fait qu'il pourrait changer les règles pour favoriser le journalisme d'intérêt public.

« Cela implique-t-il une nouvelle définition de ce qu'est un organisme de bienfaisance? », se demande Hilary Pearson, présidente de Fondations philanthropiques Canada. Elle ne le croit pas, le gouvernement canadien ne s'étant jamais montré avide de présenter un projet de loi régissant les organismes de bienfaisance ou modifiant les dispositions législatives existantes, alors que le Royaume-Uni l'a fait en 2011, que l'Australie l'a fait en 2012 et que la Nouvelle-Zélande l'a fait en 2005.

Bien que le Groupe de consultation sur les activités politiques des organismes de bienfaisance ait conclu l'an dernier que « le cadre législatif pour la réglementation des organismes de bienfaisance au Canada est dépassé et trop restrictif⁴ », les lois canadiennes régissant les organismes de bienfaisance semblent vouées à demeurer profondément enracinées dans la Loi d'Elizabeth de 1601. L'intérêt du gouvernement à moderniser le droit de la bienfaisance semble se limiter à quelques retouches à la *Loi de l'impôt sur le revenu*, du moins au cours du présent mandat.

Karen Cooper, avocate d'Ottawa spécialisée en droit de la bienfaisance ayant fait une présentation à la conférence du FPP en mars, convient avec Pearson qu'il est peu probable que le gouvernement fédéral modifie le droit dans son état actuel. Cooper a déclaré en entrevue que seuls deux autres choix logiques s'offrent au gouvernement : traiter les organisations journalistiques de la même façon que les associations de sport amateur et les organismes de services dans le domaine des arts et les autoriser à délivrer des reçus de bienfaisance, ou les désigner comme des « donataires reconnus », ce qui leur accorderait les mêmes avantages que ceux dont jouissent les organismes de bienfaisance, sans en être.

Pearson a déclaré que reconnaître que le journalisme d'intérêt public « profite à la collectivité », ce que l'Agence du revenu du Canada exige des organismes de bienfaisance, est probablement l'étape facile. Il ne sera pas aussi facile de définir ce qu'est le journalisme d'intérêt public et qui en fait et n'en fait pas.

Quant à la détermination des « critères permettant d'établir ce qui est inclus et ce qui est exclu [...], je me demande bien comment ils vont faire cela », dit Pearson. « Je suis déjà curieuse de voir ce qui va se passer ».

Quoi qu'il arrive, est-ce que beaucoup plus d'argent sera investi dans le journalisme au Canada si l'on permet aux organisations journalistiques d'obtenir le statut d'organisme de bienfaisance? On peut supposer que c'est la raison pour laquelle le gouvernement veut encourager les donateurs à intervenir – parce qu'il croit que la philanthropie se substituera au marché des médias là où ce dernier a échoué, et où le gouvernement craint de s'aventurer très loin.

Quel que soit le modèle sur lequel le gouvernement arrêtera son choix, les vannes de la philanthropie s'ouvriront-elles pour le journalisme?

Mathew Ingram, rédacteur en chef du contenu numérique au *Columbia Journalism Review* à Toronto, n'est pas optimiste.

« Y a-t-il quelqu'un qui veut à tout prix investir dans les médias sans but lucratif et ne le fait pas », mais le ferait s'il obtenait un reçu d'impôt? « Prem Watsa [Fairfax Financial] peut-être? Je ne le sais pas. David Thomson [Thomson Reuters]? Je ne le sais pas non plus, mais j'en doute. »

Que de gros joueurs soient disposés ou non à prendre le relais, Ingram est d'avis qu'il est peu probable que la population se laissera facilement convaincre de penser au journalisme au moment de faire un don de bienfaisance. « Les médias viendront assez loin dans la liste. Les gens ne se précipiteront pas sur leur carnet de chèques pour financer un journalisme de qualité. »

Les fondations le feront-elles? Certaines le font déjà.

En février, Deborah Irvine, vice-présidente des dons et des initiatives communautaires à la Vancouver Foundation, a assisté à Miami à un Knight Media Forum s'adressant aux bailleurs de fonds et aux dirigeants des médias qui cherchent à renforcer les nouvelles locales, la collectivité et la démocratie, ce à quoi la Vancouver Foundation s'intéresse puisque, comme l'indique Irvine, « une communauté bien informée défend ses intérêts ».

Le journalisme a un rôle à jouer dans « l'établissement d'un dialogue avec les gens sur ce qui est important pour eux », a dit Irvine, et de l'avis de la Vancouver Foundation, consulter la population au sujet d'importants enjeux sociaux est conforme à ses fins de bienfaisance. « Une partie de la solution consiste à être archi-local et à écouter les communautés, et le journalisme est un véhicule qui permet cela. »

La Vancouver Foundation a financé les activités de plusieurs médias en Colombie-Britannique (y compris, transparence oblige, *The Discourse*), et Irvine a indiqué qu'elle envisage de tenter une expérience en Colombie-Britannique pour vérifier « s'il y a une volonté de la part de nombreux médias alternatifs et, peut-être, de certains médias traditionnels de s'allier et de préparer des reportages ensemble » et, ce faisant, de faire avancer un dossier d'intérêt public. La Fondation ne choisirait pas le dossier, mais « insisterait cependant pour une très forte participation de la communauté. À mon avis, le journalisme peut jouer un rôle dans l'engagement civique ».

De son côté, l'Atkinson Foundation finance depuis 2014 le poste d'un journaliste spécialisé dans les

questions de travail et à l'inégalité de la richesse au *Toronto Star*, et, en 2017, elle a financé le *Star* afin qu'il embauche une deuxième journaliste spécialisée pour couvrir le renouvellement démocratique. L'Atkinson Foundation décrit le financement de ces postes comme « une réaction au manque de couverture résultant des perturbations économiques et technologiques dans le secteur des médias » 5. Ces postes de journalistes spécialisés font l'objet d'ententes contractuelles entre Atkinson et le journal « conformément aux objectifs de bienfaisance de la Fondation et à ses procédures administratives habituelles avec ses fournisseurs ». En d'autres mots, la Fondation estime que l'aide financière qu'elle consacre au journalisme ne dépasse aucunement les limites de ce qu'Ottawa autorise déjà.

Par conséquent, « il n'est pas encore clair pour Atkinson que des changements aux lois fédérales définissant et régissant les activités de bienfaisance sont nécessaires ».

Tout va pour le mieux quand il est possible de tracer une ligne droite entre l'aide financière d'une fondation et une activité journalistique qui se trouve à aller de pair avec la participation à un dialogue entourant une cause que la fondation se sent déjà légitimée de faire avancer en tant que fin de bienfaisance. Mais cela ne laisse pas vraiment entrevoir de grandes promesses pour le journalisme en général, en particulier pour les médias qui ne peuvent ou ne veulent pas jouer le jeu des fondations, soit parce qu'ils ne sont pas à l'aise d'être liés aux résultats de quelqu'un d'autre, soit parce qu'ils ne veulent pas développer une dépendance envers un financement à court terme, par projet, qui ne couvre pas les frais de base de la pratique journalistique.

En d'autres mots, qu'en est-il du financement du journalisme en tant que fin en soi? On ne parle pas ici d'un journalisme étroitement lié aux résultats ou effets souhaités par les bailleurs de fonds, ni des cas où « des fondations réussissent à collaborer avec des professionnels des médias qui partagent les mêmes intérêts thématiques », mais plutôt du financement d'un modèle de journalisme indépendant qui n'est pas relié ni tenu à une obligation de servir de « simple amplificateur des actions (des fondations) qui sont liées à une cause. En effet, comment les bailleurs de fonds sont-ils censés soutenir un secteur qui est fréquemment dépeint comme véreux ou volontairement belliqueux? » Ces citations sont tirées de notes publiées par Eric Karstens à la suite d'un forum des bailleurs de fonds du journalisme que tenait l'European Journalism Centre à Londres, en Angleterre, en mai dernier⁶.

Dans ces notes, Karstens souligne que les récentes tentatives britanniques visant à reconnaître juridiquement le journalisme à titre de cause caritative ont échoué et que « de toute façon, le statut d'organisme de bienfaisance n'est pas une panacée ». Statut d'organisme de bienfaisance ou pas, « une aide financière accordée dans une perspective à long terme [...] pourrait laisser une marque durable sur tout l'écosystème du journalisme en permettant l'embauche de journalistes à temps plein, le financement de projets pluriannuels ou plateformes de grande envergure ainsi que des frais de gestion nécessaires à leur fonctionnement, ou le paiement des frais d'exploitation courants des organes de presse. Il est toutefois évident que cela nécessite des bailleurs de fonds qui ont d'imposants moyens financiers et de l'endurance ».

De façon encore plus ambitieuse, les bailleurs de fonds européens ont parlé de contribuer à la « réingénierie structurelle du journalisme » au moyen à l'aide d'une combinaison de dons et d'investissements. Cette idée trouve des échos dans un numéro spécial sur le journalisme du magazine *Alliance* de décembre dernier, dans lequel figurait un article signé par Barbara Hans, rédactrice en chef de *Spiegel Online*.

Hans écrit que le journalisme est aux prises non seulement avec une crise de financement, mais aussi de

crédibilité, et que la philanthropie pourrait contribuer à mettre fin aux deux. En effet, « les crises auxquelles le journalisme doit faire face [...] lui offrent sa meilleure occasion – de renouer avec sa véritable fonction dans la société et avec son rôle essentiel en démocratie ». Hans propose des pistes de solution utiles⁷ pour faire face à un dilemme fondamental, soit le fait que les médias tiennent à leur autonomie, et que « c'est précisément cette indépendance qui, avant toute chose, attire les philanthropes ».

Sa principale mise en garde concerne la dépendance, « parce qu'une aide financière qui n'a pas aussi pour effet d'accroître la crédibilité d'un média n'en vaut pas la peine. Pas pour les journalistes ni pour les philanthropes. Ni pour les lecteurs ni pour la démocratie ».

Heureusement, ou peut-être malheureusement, il ne semble pas y avoir de risque imminent que les médias canadiens deviennent dépendants des philanthropes. Comme Irvine l'indique, « nous ne pouvons pas sauver le journalisme : il n'y a pas assez d'argent ».

De son côté, Pearson souligne qu'il est « décevant » de voir que si peu des profits générés par les médias au fil des ans ont été consacrés au financement des médias philanthropiques, mais elle n'entrevoit pas de changement à court terme. « Je ne peux concevoir qu'une fondation [canadienne] ferait comme la fondation Knight et dirait "notre but, c'est de soutenir le journalisme en lui-même". »

Marcel Lauzière, président et chef de la direction de la Lawson Foundation, a indiqué qu'il n'y a probablement que 15 à 20 fondations dans tout le Canada qui ont les ressources et l'inclinaison stratégique nécessaires pour financer le journalisme et « j'ai tendance à être d'accord; il n'y a pas tant d'argent ».

Lauzière indique que Lawson a financé *The Conversation* au Canada à hauteur de 100 000 \$ sur trois ans, mais « ce ne sont que des pinottes, n'est-ce pas? ». Lawson, comme d'autres fondations, souhaite mobiliser les connaissances des universitaires et aimerait financer davantage le journalisme. De ce point de vue, « ce serait fantastique pour nous si c'était plus facile. Je crois que c'est [l'annonce du budget] une meilleure nouvelle pour les fondations que pour les médias ».

Faute d'un sauveur comme Knight, ou d'une ou plusieurs fondations qui, comme Knight, ont un actif de plus de deux milliards de dollars et veulent dépenser 125 millions de dollars chaque année pour financer le journalisme, la chose intelligente à faire, pour les philanthropes canadiens, consiste peut-être à investir moins d'efforts dans le journalisme en général et à plutôt mettre les bouchées doubles là où le gouvernement fédéral compte faire ses investissements timides – dans les marchés mal desservis. Le Knight Community Information Challenge⁸, une initiative de 24 millions de dollars (américains) sur cinq ans qui vise à encourager les fondations communautaires et locales à jouer un rôle pour répondre aux besoins d'information locale de leurs communautés, pourrait être porteur d'enseignements utiles pour mobiliser les ressources des fondations privées et communautaires en vue de donner un effet de levier à la contribution modeste, mais à l'effet potentiellement catalyseur, d'Ottawa.

Lilly Weinberg, directrice du programme des fondations communautaires à la fondation Knight, a participé via Skype à la réunion du FPP à partir de Miami. Dans une entrevue ultérieure, elle a dit que le Knight Challenge avait réussi à encourager l'expérimentation, à éveiller les consciences sur l'importance du journalisme local et à amener les bailleurs de fonds à réaliser que l'« information est un élément clé de tout ce qu'ils font ».

Il n'a pas aussi bien réussi, dit-elle, à « intégrer ce travail aux stratégies des bailleurs de fonds » à long terme.

De leur côté, les auteurs du texte d'opinion publié dans *The Washington Post* ne se montrent pas terriblement optimistes à propos du journalisme d'intérêt public, indiquant qu'« il n'y a pas vraiment d'argent destiné à la responsabilité civique ».

Peut-être. Mais pendant que les lumières s'éteignent dans les salles de rédaction de journaux, petits et grands, aux quatre coins du Canada, de nouvelles lumières s'allument et brilleront avec plus d'intensité dans le monde des médias d'information numériques, et c'est peut-être là qu'une philanthropie judicieuse a la possibilité de contribuer à une redéfinition systémique, et pas seulement symbolique, de la place du journalisme dans le monde.

Quel avenir pour les médias traditionnels et, en particulier, pour les journaux? Disons que les reportages annonçant la mort imminente des journaux canadiens pourraient être quelque peu exagérés, à la lumière du fait qu'une compagnie, Torstar, a annoncé le lendemain du poisson d'avril qu'elle procède à un repositionnement de la marque et à un élargissement de ses quotidiens « Metro » à Vancouver, à Calgary et à Edmonton – bien que ce soit dans le but de voler des lecteurs à Postmedia sur ces marchés et d'accélérer le déclin de celle-ci.

Mais même si certains journaux survivent, seront-ils bons? Il y a un certain temps déjà que nous ne pouvons plus nous targuer au Canada d'avoir un quotidien de très grande qualité. Peut-être qu'un riche philanthrope canadien attend en coulisse de devenir le Jeff Bezos du Canada, dont le *Washington Post* porte le cœur sur sa page couverture, depuis environ un an maintenant, avec le slogan « Democracy Dies In Darkness » (la démocratie meurt dans la noirceur). D'après les indications actuelles, « ce n'est qu'un rêve », pour citer Coleridge.

Cet article est publié en collaboration entre The Philanthropist et Philanthropic Foundations Canada (PFC).

Traductrice: Natalie Derome

1 McLennan, D., et J. Miles (2018), « A Once Unimaginable Scenario: No More Newspapers », *The Washington Post*, 21 mars.
https://www.washingtonpost.com/news/theworldpost/wp/2018/03/21/newspapers/?utm_term=.1d332a3611d1

2 <https://www.budget.gc.ca/2018/docs/plan/chap-04-fr.html>

3 Gill, I., et E. Millar (2018), « How Can the Feds Spend Wisely on Local Journalism? » *Options politiques*, <http://policyoptions.irpp.org/magazines/march-2018/can-feds-spend-wisely-local-journalism/>

4 <https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/organismes-bienfaisance-dons/organismes-bienfaisance/ressources-organismes-bienfaisance-donateurs/ressources-organismes-bienfaisance-activites-politiques/rapport-groupe-consultation-activites-politiques-organismes-bienfaisance.html>

5 Atkinson Foundation (2018), « Framing the Philanthropic Relationship with News Media Companies: The Atkinson Foundation and Toronto Star Experience ». PDF inédit.

6 Karstens, E. (2017), « On bridging the gap between journalism and philanthropy » *Medium*, <https://medium.com/we-are-the-european-journalism-centre/on-bridging-the-gap-between-journalism-and-philanthropy-bd69f8ed28b2>

7 Hans, B. (2017), « The opportunities and limits of foundation-funded journalism » *Alliance*, <http://www.alliancemagazine.org/feature/opportunities-limits-foundation-funded-journalism/>

8 <https://knightfoundation.org/reports/2011-reports-field-community-and-place-based-found>