

## Objectifs

L'ambition qui anime la revue est de faire connaître la recherche et la réflexion sur l'éthique publique, qu'elles proviennent des milieux universitaires ou des gens du terrain. Lieu d'échange, de circulation des savoirs sur les questions les plus fondamentales de nos sociétés et de nos États à une époque où ils connaissent de profondes transformations, *Éthique publique* espère contribuer à inscrire la sensibilité éthique dans la culture des acteurs sociaux et politiques.

prochain numéro  
Automne 2013

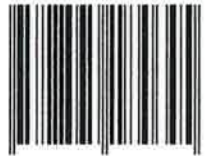
## Enjeux éthiques de l'aide publique au développement

### Les deux axes de réflexion de la revue

Analyses approfondies de questions qui relèvent de **l'éthique gouvernementale**: éthique et démocratie; éthique et législateur; éthique politique et économie; éthique et institutions politico-administratives; éthique des relations internationales; éthique des acteurs publics.

Études des problèmes reliés à **l'éthique de société**: justice sociale; redistribution des richesses; raisons communes et vouloir-vivre collectif; valeurs et principes à la base de l'organisation sociale contemporaine; place de la société civile et des acteurs sociaux dans la dynamique sociale et politique; grands projets d'éthique sociale.

ISSN: 1488-0946  
ISBN: 978-2-89518-464-5



Institut d'éthique appliquée



UNIVERSITÉ DE  
SHERBROOKE

NB

# éthique publique

revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale

éthique publique

## Enjeux éthiques et pratiques déontologiques du 4<sup>e</sup> pouvoir

2013 - vol. 15, n° 1

2013 - vol. 15, n° 1

Éditions Nota bene

Débat :  
Journalisme  
et médias sociaux

LE BLOGUE DE JOHANNE MARCOTTE, « Le départ du camarade Alain Saulnier de Radio-Canada », [En ligne], [<http://jomarcotte.wordpress.com/2012/02/25/le-depart-du-camarade-alain-saulnier-de-radio-canada/>] (19 février 2013).

LE DEVOIR, « Filature interrompue – Charest voit un complot radio-canadien contre lui », [En ligne], [<http://www.ledevoir.com/politique/quebec/356513/charest-voit-un-complot-radio-canadien-contre-lui>] (19 février 2013).

LE JOURNAL DE MONTRÉAL, « Radio-Canada en campagne électorale », [En ligne], [<http://blogues.journaldemontreal.com/marcotte/elections-2012/radio-canada-en-campagne-electorale/>] (19 février 2013).

L'OMBUDSMAN DE RADIO-CANADA, *Filature interrompue : des reportages légitimes et conformes aux normes, mais un message mal maîtrisé (Service de l'Information)*, [En ligne], [<http://blogues.radio-canada.ca/ombudsman/archives/1747>] (19 février 2013).

MINISTÈRE DES APPROVISIONNEMENTS ET SERVICES CANADA (1986), *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion (rapport Caplan-Sauvageau)*, Hull, Ministère des Approvisionnement et Services Canada.

## COMMENT AMÉLIORER LA DÉONTOLOGIE DE L'INFORMATION EN FRANCE ?

**GILLES POUZIN**  
Syndicat des journalistes CFTC

*Résumé* : Les lecteurs, les pouvoirs publics et les éditeurs de presse revendiquent une nécessaire amélioration de la déontologie de l'information, et de nombreuses initiatives ont été lancées dans ce but. Pourtant, de nombreuses sources professionnelles liées à différents pouvoirs (politique, économique, financier...) manipulent délibérément la presse pour empêcher la révélation de faits compromettants. Les dirigeants politiques et les dirigeants d'entreprise multiplient les détournements de procédures judiciaires à l'encontre des journalistes qui révèlent leurs secrets honteux. Les mensonges délibérés à la presse restent impunis dans l'indifférence du public. Des articles de presse ont révélé les conflits d'intérêts et les pratiques contraires à la déontologie d'un éditeur de presse, dirigeant l'association de déontologie de l'information financière, sans soulever aucune critique parmi ses pairs. Les nombreux faits réunis dans cet article permettent de douter de la réelle volonté des dirigeants politiques ou économiques et des éditeurs de presse d'améliorer la déontologie de l'information en France.

Pourquoi la déontologie du journalisme ne suffit-elle pas pour garantir la déontologie de l'information ? Comment améliorer la déontologie de l'information en identifiant et en supervisant mieux ses sources de dérive ? Pourquoi les projets de codification et de supervision de la déontologie de l'information n'aboutissent-ils pas ?

Grâce à l'hégémonie d'Internet et des médias sociaux, la liberté d'informer n'a jamais été aussi grande et l'information jamais aussi abondante.

Mais le rôle des journalistes n'a jamais été aussi contesté. La qualité, la fiabilité, la crédibilité et l'honnêteté mêmes de l'information journalistique sont remises en question par un public dépassé par la quantité d'information et de désinformation, en compétition pour attirer son attention, sa sympathie, son vote ou son pouvoir d'achat.

Les faits divers planétaires captent de plus en plus l'attention d'un grand public nourri d'info-fiction, de télé-réalité et autre réalité scénarisée (*scripted reality*). Les sujets géopolitiques ou macroéconomiques, plus abstraits ou plus lointains, sont relégués au second rang. Mais cette dérive frustre aussi le public, de plus en plus critique sur la vacuité de l'information.

Ces sentiments souvent contradictoires alimentent la défiance à l'égard des médias : en 2009, alors que la crise bancaire accélère les faillites, 65 % des Français estiment que « le traitement de la crise par les médias freine les investissements des entreprises » et que « parler trop de la crise finit par nuire à l'économie », selon une étude réalisée par le cabinet GN Research pour les associations Ethic et J'aime ma boîte (dans la mouvance du patronat). La même rengaine revient à chaque crise : « C'est de la faute des médias. »

La nouveauté est que les sources qui manipulent l'opinion à travers la presse (dirigeants d'entreprises et de partis politiques) discréditent de plus en plus son message. Résultat, seuls 29 % des sondés déclaraient pouvoir se fier aux médias en 2011, deux fois moins que ceux qui se fiaient aux sondages (58 %), selon l'institut de sondage Ifop. Même Internet inspirait davantage confiance (33 %). Comme si l'on pouvait se fier à un téléphone en tant que source d'information crédible, cela dépend quand même de qui l'utilise !

En décembre 2008, les États généraux de la presse, réunis à la demande du président de la République Nicolas Sarkozy, proposaient d'inscrire un code de déontologie, résumant les droits et devoirs des journalistes, dans la convention collective qui régit les rapports entre salariés et employeurs de la presse. Un groupe de travail rédigea un premier projet proposé à l'adoption des partenaires sociaux en 2010. Ce texte partait d'une bonne intention, mais semblait voué à l'échec. Dès novembre 2010, les organisations professionnelles (syndicats et employeurs), les principaux partis politiques et des représentants du public (associations de

consommateurs...) exprimaient leurs points d'accord et de divergence sur ce sujet au Conseil de l'Europe de Strasbourg, lors des Assises internationales du journalisme ([www.journalisme.com](http://www.journalisme.com)).

Parmi les avis, le Syndicat des journalistes CFTC (Confédération française des travailleurs chrétiens, [www.journalistesCFTC.org](http://www.journalistesCFTC.org)) pointait deux écueils. Premièrement, la composition du groupe de travail (sans représentants des salariés) avait abouti à un texte créant des obligations déontologiques pour les journalistes sans moyens de les remplir (par exemple, « le souci d'assurer au plus vite la diffusion d'une information ne dispense pas d'une vérification préalable de la crédibilité des sources »). L'adoption du texte par certaines organisations d'employeurs, dès 2010, alimentait le soupçon que ce code de déontologie puisse être détourné de sa vocation pour faciliter les licenciements.

Deuxièmement, la CFTC critiquait le cahier des charges de ce projet, car il était restreint à la déontologie des journalistes, qui est une dimension nécessaire mais totalement insuffisante pour assurer la déontologie de la presse et de l'information en général. Dans la presse, il n'y a pas que des journalistes, il y a aussi des lecteurs, des éditeurs de presse et actionnaires des médias, des annonceurs publicitaires et des sources d'informations « brutes » qui sont la matière première des journalistes. Or, les journalistes sont de moins en moins nombreux par rapport aux professionnels de la communication qui leur livrent une matière première pas toujours déontologique.

Aux États-Unis, on comptait près de six professionnels des relations publiques pour un journaliste en 2009, contre à peine plus de deux communicants pour un journaliste en 1980, ce qui était déjà beaucoup, selon les données compilées par Jamil Jonna pour *Death and Life of American Journalism (Vie et mort du journalisme américain)*, par Robert McChesney et John Nichols). La tendance est la même en France. Pour 37 000 journalistes, combien de professionnels de la communication dans les entreprises, institutions ou partis politiques ? Comment assurer l'équilibre de l'information entre le grand public, atomisé et sans relais pour informer les journalistes, face à l'armée de professionnels au service d'une information orientée par ses intérêts ? Leur travail est légitime et facilite celui des journalistes. Mais le rapport des forces en présence déséquilibre les contenus éditoriaux et finit par décrédibiliser l'indépendance de la presse aux

yeux du public. La voix dominante des experts défenseurs du libéralisme (pour la déréglementation et contre toute régulation coercitive), ou des scientifiques liés aux industries dont ils défendent les arguments (chimie, pharmacie, pétrole, énergie nucléaire, industrie alimentaire...), accroît le soupçon du public sur la déontologie « biaisée » des médias qui relayent ces sources d'information.

Ce soupçon est d'autant plus légitime qu'on peut s'interroger sur la déontologie de sources qui se battent pour avoir de « bonnes reprises » de leur message par les médias, voire influencer ou même contrôler l'information publiée. En France, on n'a pas le droit de mentir à la justice, c'est un délit de parjure. On n'a pas le droit de mentir aux comités d'entreprise, c'est un délit d'entrave. On n'a pas le droit de mentir au fisc, c'est une fraude. On n'a pas le droit de mentir à son assureur, c'est une fraude ou une clause de nullité. Même en matière publicitaire, le mensonge peut être réprimé pour publicité mensongère. Mais paradoxalement, on a le droit de mentir à la presse et personne ne s'en émeut. Les journalistes et le public sont quotidiennement victimes de mensonges provenant de sources non journalistiques. Face à ce fléau pour la déontologie de l'information, la CFTC a demandé que le mensonge délibéré à la presse soit reconnu comme un délit pénal, au même titre que la diffamation, condamnable depuis la Loi de 1881 sur la liberté de la presse. Une proposition accueillie par des réactions incroyables.

La stigmatisation du « mensonge délibéré à la presse » semble surtout incongrue aux professionnels, qui veulent continuer à mentir impunément, mais aussi à la majorité du grand public, qui tolère l'instrumentalisation des médias. Car le mensonge délibéré à la presse existe. C'est le fait de diffuser une information que l'on sait fautive ou de lutter pour empêcher la divulgation d'une information que l'on sait exacte.

Parmi les exemples, on peut citer Jean-Marie Messier, ancien président du groupe Vivendi, qui avait poursuivi en diffamation une journaliste du quotidien *Le Monde* pour avoir décrit la « grave crise de trésorerie, frôlant la cessation de paiement » de Vivendi en 2001. Dix ans plus tard, en janvier 2011, le tribunal correctionnel de Paris a finalement condamné Messier à trois ans de prison avec sursis pour communication trompeuse, abus de biens sociaux et délit d'initiés. Ce jugement confirme le bien-fondé de l'enquête journalistique injustement discréditée par ce patron

menteur qui avait abusé de poursuites judiciaires inappropriées pour tenter d'empêcher la révélation d'informations qu'il savait exactes.

Autre cas emblématique, les démentis méthodiques à l'été 2010 par Éric Woerth, ancien ministre du Budget et trésorier du parti politique UMP au pouvoir, face aux révélations des journalistes du site Mediapart.fr sur son implication dans une affaire de financements politiques occultes par Liliane Bettencourt, milliardaire héritière du groupe L'Oréal. M. Woerth avait alors porté plainte pour dénonciation calomnieuse, ses porte-parole fustigeant « les accusations mensongères dont il a fait l'objet, en particulier concernant la réception de fonds en espèces aux fins de financement illégal d'activité politique », tandis que Xavier Bertrand, secrétaire général du parti politique mis en cause, qualifiait la révélation des informations par Mediapart de « méthode fasciste ». Deux ans et demi plus tard, en novembre 2012, l'ancien président de la République Nicolas Sarkozy était convoqué par les tribunaux pour s'expliquer sur cette affaire ayant pu contribuer à son élection, dont les révélations semblent finalement plus fiables que les démentis rabâchés par les personnes mises en cause pour discréditer des informations qu'elles savaient exactes. Les cas de mensonges délibérés à la presse par désinformation, faux démentis, dénigrement et poursuites inappropriées de ce type, sont malheureusement quotidiens, en France comme partout dans le monde.

Face à la montée des enjeux déontologiques et à la perte de confiance du public, les tentatives d'établir un code de déontologie et une instance chargée de le faire respecter sont légitimes. Mais aucune n'a réussi.

En France, une instance de supervision appelée Fideo a été créée le 7 novembre 2006 pour prévenir ou régler des problèmes déontologiques liés aux conflits d'intérêts concernant l'information financière et les recommandations d'investissement, en application de la directive 2003/125/CE de la Commission européenne du 22 décembre 2003, sur les abus de marché, transposée en droit français par la Loi du 26 juillet 2005 pour la confiance et la modernisation de l'économie.

L'article L.621-32 du Code monétaire et financier, repris dans le Règlement général de l'Autorité des marchés financiers (AMF), prévoit que Fideo « établit un code de bonne conduite » garantissant le respect par les journalistes des entreprises adhérentes « des obligations de présentation équitable et de mention des conflits d'intérêts ». Belle intention. Mais en

six ans, Fideo n'a eu aucune existence réelle. Elle n'a pas de site Internet et aucune des 21 entreprises adhérentes n'a diffusé à ses journalistes le code de bonne conduite qui les concerne. Certains dirigeants de Fideo semblent eux-mêmes ignorer ces règles déontologiques. L'un d'eux édite un magazine dans lequel il recommande des placements financiers sur lesquels il perçoit des commissions par l'intermédiaire d'une société de courtage, comme l'expliquait l'hebdomadaire *La Lettre A* (n° 1521 du 11 novembre 2011, p. 8). À la suite de sa révélation dans la presse il y a plus d'un an, ce « mélange de genre assez scandaleux », comme le décrivait l'hebdomadaire *La Lettre de l'Assurance* (n° 1099 du 17 novembre 2011, p. 8), n'a fait l'objet d'aucune critique par les dirigeants de Fideo ou par l'Autorité des marchés financiers qui la supervise.

D'autres projets de supervision de la déontologie de la presse ont vu le jour. L'Association pour la préfiguration d'un conseil de presse (APCP, [apcp.unblog.fr](http://apcp.unblog.fr)) œuvre depuis 2007 pour rassembler des journalistes, syndicalistes, éditeurs de presse et représentants de la société civile autour d'un projet de code de déontologie et d'une instance déontologique inspirée des conseils de presse existant dans d'autres pays (Québec, Suisse...). Après avoir participé aux discussions visant à réunir les partenaires sociaux autour du projet de code de déontologie issu des États généraux de la presse, qui ont abouti à un constat de désaccord en 2011, des membres de l'APCP se sont impliqués dans un projet plus modeste d'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI), qui a vu le jour en septembre 2012.

La naissance de l'ODI ([observatoire-deontologie-information.info](http://observatoire-deontologie-information.info)) est une étape importante et utile vers la supervision de la déontologie, mais dont l'exercice révèle déjà les limites. Comment les cas soulevant des interrogations déontologiques sont-ils recueillis par l'Observatoire ? Leur inventaire sera-t-il public ou confidentiel ? Et qui sont ses membres ? Les tendances sont nombreuses parmi les citoyens dénonçant des dérives déontologiques de l'information. À la suite de la diffusion fin 2011 de « faux reportages sur la délinquance urbaine » par la chaîne de télévision TF1, des citoyens ont créé le collectif Les indignés du PAF ([lesindignesdupaf.org](http://lesindignesdupaf.org)), en référence au « paysage audiovisuel français ». Estimant que « les dérives de la qualité de l'information, tous supports confondus (presse, radio, télé, internet), expliquent la perte de confiance massive du public envers les journalistes et, en grande partie, les difficultés

du secteur », ils proposent de faire nommer leur cofondateur au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA.fr) « pour remplir un rôle de médiateur citoyen actif, défenseur de l'intérêt général ».

Depuis sa création en 1989, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a des missions à forte dimension déontologique telles que « le respect de l'expression pluraliste des courants d'opinion, l'organisation des campagnes électorales à la radio et à la télévision, la rigueur dans le traitement de l'information, le respect de la dignité de la personne humaine, la protection des consommateurs ». Mais la crédibilité du CSA est elle-même très critiquée, notamment dans *Le livre noir du CSA*, de Guillaume Evin (2011) qui dénonce de nombreux dysfonctionnements et dérives à la tête de cette institution. Créé en 1996, Acrimed (Action critique média, [www.acrimed.org](http://www.acrimed.org)) « cherche à mettre en commun savoirs professionnels, savoirs théoriques et savoirs militants au service d'une critique indépendante, radicale et intransigeante ». Son décryptage déontologique de l'information est abondant et documenté. Mais en dénonçant aussi « l'engagement des grands noms du métier – éditorialistes, présentateurs vedettes, experts en tout genre – au côté des puissances d'argent et leur soutien indécent aux intérêts de classe d'une bourgeoisie plus que jamais destructrice », Acrimed présente un positionnement politique qui peut aussi brouiller ses messages sur la déontologie de l'information.

Le problème est que la critique déontologique peut facilement glisser d'un angle technique (respect des bonnes pratiques de la profession, enquête contradictoire, vérifications, etc.) à une instrumentalisation politique par des observateurs considérant que les journalistes qui ne partagent pas leur lecture des faits manquent forcément de déontologie.

Prenons le cas de Media-Ratings, qui se présente comme « la première agence de notation des médias ». Son fondateur a dénigré et diffamé pendant plus de dix ans un journaliste de la chaîne de télévision France 2, qu'il accusait d'avoir mis en scène de toute pièce la mort d'un enfant palestinien tué par des soldats israéliens au cours d'une fusillade le 30 septembre 2000. Au terme de sept ans de procédures judiciaires, par un arrêt du 28 février 2012, la Cour de cassation a confirmé la condamnation du fondateur de Media-Ratings pour diffamation, ses virulentes critiques ne relevant d'aucun fondement déontologique.

Comment trier les bonnes et les mauvaises critiques de la déontologie des médias ? En octobre 2012, le Syndicat national des journalistes (SNJ.fr), premier syndicat de la profession, a lancé à son tour un appel à la création d'une instance déontologique. Celle-ci devrait être « adossée à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP.net) », précise le syndicat dont les élus sont majoritaires dans cet organe chargé d'attribuer les cartes de presse qui consacrent le statut de journaliste professionnel. Le cahier des charges fixé par le SNJ satisfait un large consensus : « La qualité de l'information délivrée aux citoyens étant au cœur des préoccupations de cette instance, la présence du public en son sein est légitime. Elle assurera en outre la transparence des travaux et préviendra toute suspicion de corporatisme. »

Mais les conditions de ce projet risquent d'empêcher son aboutissement. D'abord cette condition : « l'annexion de la Charte d'éthique professionnelle des journalistes (SNJ 1918/38/2011) à notre convention collective ». L'échec des discussions entre partenaires sociaux sur l'adoption d'un code de déontologie, après les États généraux de la presse, rend cette étape hypothétique. Autre condition risquant de faire obstacle, le « financement reposera prioritairement sur une cotisation obligatoire des entreprises attributaires d'aides directes ou indirectes à la presse ». Outre la situation économique préoccupante du secteur, les représentants patronaux ont déjà d'importants retards de paiement de leurs contributions au fonctionnement de la Commission arbitrale des journalistes, instance judiciaire adossée à la CCIJP. Il faut être optimiste pour croire qu'une instance déontologique paritaire puisse être financée « prioritairement » par les entreprises.

Enfin, et c'est un point crucial, ce projet d'instance déontologique requiert « la reconnaissance juridique de l'équipe rédactionnelle ». Dès les années 1990, la multiplication de « sociétés de rédacteurs » (SDR) et de « sociétés de journalistes » (SDJ), sous forme associative, a permis à des équipes rédactionnelles de se doter d'une personnalité juridique pour défendre leurs intérêts au sein des entreprises de presse. Depuis 2005, un forum des SDJ ([forumsdj.free.fr](http://forumsdj.free.fr)) a même été créé pour fédérer plus de 30 associations de ce type. En 2006, le SNJ proposait la reconnaissance juridique des équipes rédactionnelles, et quatre autres syndicats de la profession se joignaient à lui l'année suivante pour renforcer cette revendication

intersyndicale (CGT, CFDT, CFTC, FO). Consécration de ces démarches collectives et convergentes, le 22 janvier 2010, une proposition de loi « relative à l'indépendance des rédactions » est déposée à l'Assemblée nationale par plusieurs députés « membres du groupe socialiste, radical, citoyen et divers gauche et apparentés », parmi lesquels Jean-Marc Ayrault, devenu premier ministre en mai 2012. Seul problème, l'indépendance des rédactions semble moins prioritaire pour les partis et députés qui la voulaient : ils n'avaient pas le pouvoir d'adopter cette loi quand ils étaient dans l'opposition, mais l'adopteront-ils une fois au pouvoir ?

À se demander si la déontologie de l'information n'est pas condamnée à rester un projet d'opposition. Cet inépuisable sujet de débat fédère de très nombreux citoyens qui désapprouvent les dérives déontologiques de l'information du public, mais qui partagent peu d'affinités en dehors de leurs désaccords. L'extrême diversité des critiques déontologiques (sur les sujets choisis, les sources d'information et leur traitement, la pensée unique des médias consensuels ou l'outrance des médias d'opinion...), comme des conceptions de la déontologie elle-même (qu'est-ce qu'un conflit d'intérêts ? qu'est-ce qu'un fait et une opinion ? qu'est-ce qu'un procès d'intention ? qu'est-ce qu'une manipulation ?), en fait un bel objet de débat, et au mieux d'observation, mais rend très illusoire l'obtention d'un consensus autour de la codification et de la supervision de la déontologie de l'information du public repose sans doute plus sur une vigilance quotidienne et des initiatives concrètes, que sur de grandes déclarations d'intention.

## BIBLIOGRAPHIE

- COUR DE CASSATION (2012), *Bulletin des arrêts de la Chambre criminelle numéro 2, Arrêts n° 08-83.926 et 08-83.978*, [En ligne], [[http://www.courdecassation.fr/IMG/pdf/bull\\_crim\\_fev2012.pdf](http://www.courdecassation.fr/IMG/pdf/bull_crim_fev2012.pdf)] (13 février 2013).
- EVIN, Guillaume (2011), *Le livre noir du CSA*, Paris, Éditions du moment.
- GN RESEARCH (2008), *Les Français jugent le traitement de la crise économique par les médias*, [En ligne], [<http://www.gnresearch.com/site/index.php/fr/actualites/presse>] (13 février 2013).

Robert Maltais a dirigé la permanence du Conseil de presse du Québec à titre de secrétaire général de 1997 à 2005. Il enseigne le journalisme depuis quinze ans dans différentes universités, dont les huit dernières années à l'Université de Montréal.

Après des études en journalisme à l'Université Laval et l'obtention d'une maîtrise en éthique de l'Université du Québec à Rimouski, il termine une thèse de doctorat sur le thème de la déontologie comme rempart du journalisme à l'Université catholique de Louvain, en Belgique. Robert Maltais assume la direction du programme de journalisme de l'Université de Montréal depuis 2009 et a contribué à la création d'un diplôme d'études supérieures spécialisées (DESS) en journalisme offert depuis 2012.

Robert Maltais est l'auteur de deux ouvrages portant sur le journalisme. Le premier, *Journal d'un journaliste en grève*, est paru en 1981 aux Éditions La Maison de la page qui tourne. Le second, *L'écriture journalistique sous toutes ses formes*, a été publié en 2010 sous sa direction par les Presses de l'Université de Montréal, avec la contribution de trois collaborateurs.

**Dominique Payette** est professeure agrégée au Département d'information et de communication de l'Université Laval, où elle est arrivée en 2006. Avant 2006, elle était journaliste à la Première Chaîne de Radio-Canada, où elle a travaillé de nombreuses années, ainsi qu'à la télévision de Radio-Canada et de Télé-Québec. Elle a obtenu une maîtrise en communication et un doctorat en sociologie de l'Université du Québec à Montréal. Sa thèse de doctorat portait sur le génocide du Rwanda et elle a publié *La dérive sanglante du Rwanda* aux Éditions Écosociété. Dominique Payette a aussi dirigé en 2010 le Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec à la demande de la ministre québécoise de la Culture et des Communications.

Expert en déontologie financière et journaliste depuis vingt-cinq ans, **Gilles Pouzin** a collaboré à de nombreuses revues économiques françaises et internationales (*L'Expansion*, *Le Nouvel Économiste*, *Fortune Magazine...*), avant de rejoindre *Le Revenu* il y a quatorze ans, un magazine spécialisé dans la défense des consommateurs-épargnants, dont il est rédacteur en chef. En tant que secrétaire général du Syndicat des journalistes CFTC, Gilles Pouzin travaille activement à promouvoir une meil-

leure déontologie de l'information, pour l'ensemble de la profession (interventions aux Assises internationales du journalisme, auprès de la commission issue des États généraux de la presse ou de l'Observatoire de la déontologie de l'information) comme dans l'exercice quotidien de son métier (veille au respect des chartes professionnelles, défense de l'indépendance de la rédaction, lutte contre la censure et les pressions des lobbies).

Journaliste depuis trente ans, **Alain Saulnier** a été président de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec de 1992 à 1997. Il a consacré une grande partie de sa carrière à militer pour un journalisme de qualité tant au sein des entreprises de presse qu'au sein des organisations professionnelles. C'est ainsi qu'il est à l'origine de l'adoption du premier guide de déontologie de la profession journalistique au Québec.

Au cours de ses années à la tête du service de l'information de Radio-Canada de 2006 à 2012, son leadership a permis à la Société de développer une vision de l'information misant sur le journalisme d'enquête, ce qui a largement contribué à lever le voile sur les scandales dans l'industrie de la construction, sur la corruption, sur le financement occulte des partis politiques et d'autres sujets importants.

Par son engagement, il a permis aux francophones d'ici de compter sur l'un des meilleurs services d'information au pays. Cela lui a valu la reconnaissance publique de ses pairs lors de son départ de Radio-Canada au printemps 2012.

Alain Saulnier est actuellement chargé de cours dans le cadre du programme qui mène à l'obtention d'un diplôme d'études supérieures spécialisées en journalisme des Facultés des arts et des sciences, de droit et d'éducation permanente à l'Université de Montréal.