

LE REPORTER

FÉVRIER 2004

VOLUME 5, NUMÉRO 3

LE CERTIFICAT DE JOURNALISME EN FÊTE !

Dans ce numéro :

Opinion

- Le bonheur est-il dans le pré?..... p.2
Il était une fois deux hommes..... p.3

Politique internationale

- Le Calmar au pouvoir p.4

Espace

- Le Canada sur Mars..... p.5

Société

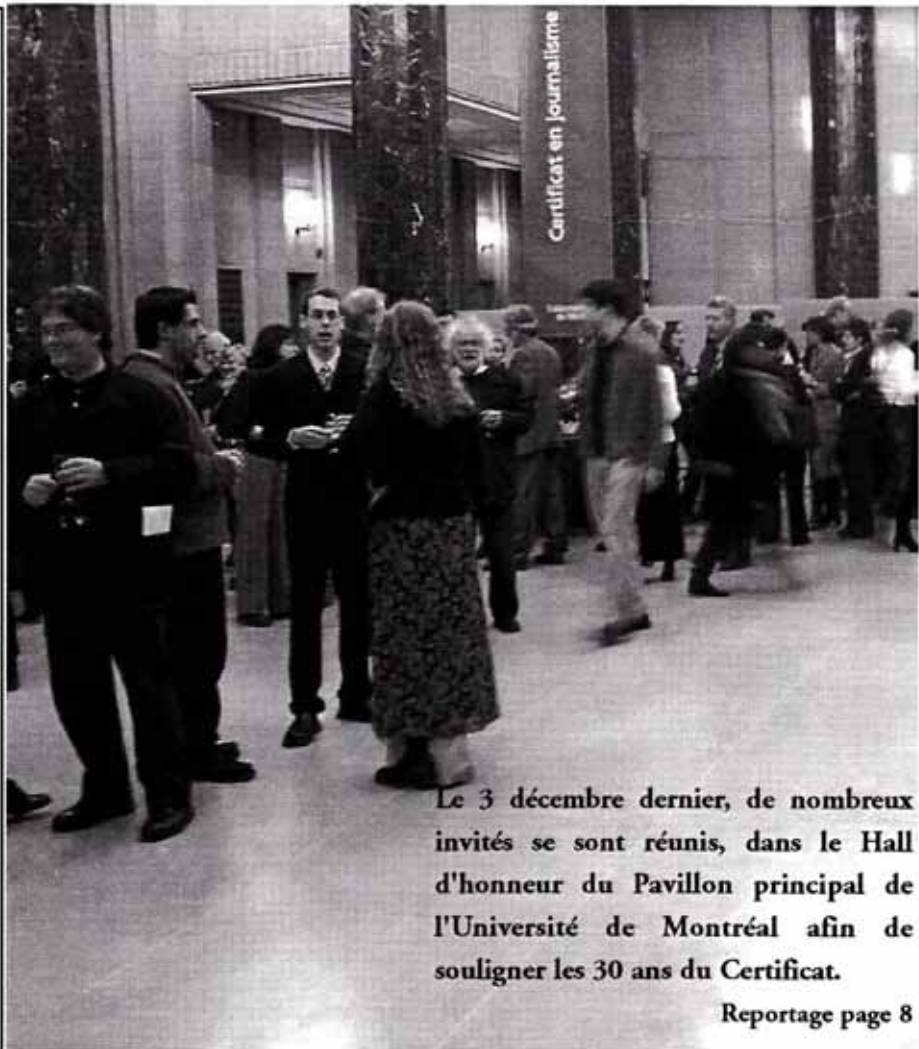
- La science qui fait dans la religion.....p.6
On achève bien les langues de France..... p.7
L'écho et son boom p. 10
Les Auberges du coeur p. 11

Médias

- Les experts du directp.12
Politique rédactionnelle..... p. 13

Jonction

- La rédaction publicitaire.....p.14
Les médias alternatifs.....p.15



Le 3 décembre dernier, de nombreux invités se sont réunis, dans le Hall d'honneur du Pavillon principal de l'Université de Montréal afin de souligner les 30 ans du Certificat.

Reportage page 8

Photo :Joan Roch

LE BONHEUR EST-IL DANS LE PRÉ? DANS LE JARDIN DU VOISIN? OU ENTRE NOS MAINS?

JULIE DEMERS

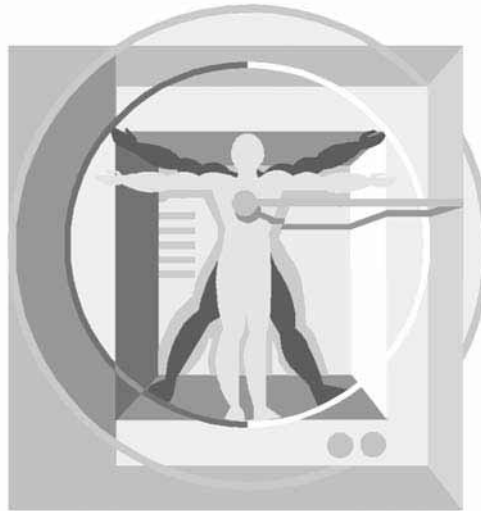
Petite chronique sur le bonheur et sur nos résolutions de 2004, un sujet beaucoup discuté et très intéressant, puisqu'il nous concerne tous.

Le concept du bonheur est un sujet souvent analysé. Sa définition est vague et, pour chacun de nous, diffère : pour certains, c'est la réussite universitaire ou professionnelle; pour d'autres, c'est un bon vin et un bon livre ou un bon film à la suite d'une longue semaine d'études et de travaux... Mais on peut aussi croire que le bonheur, on l'a déjà en main (c'était un p'tit bonheur que j'avais ramassé...).

De facto, en tant qu'étudiant, nous avons déjà rempli une résolution : celle de commencer nos cours en nous inscrivant à l'université. Ainsi avons-nous peut-être également réalisé un vœu, celui d'étudier dans le programme de notre choix et d'améliorer notre carrière ou de combler un besoin de réussite personnelle. Puis, une fois un vœu réalisé, le bonheur est entre nos mains. Vrai? Ce n'est pas aussi simple que cela, bien sûr. En cours de route, il y a des obstacles à franchir, des problèmes à résoudre... Mais rien d'irréalisable. Et à partir de ce point, on peut s'encourager.

Dernièrement, j'ai lu un article, dans le *Times*, au sujet du plus grand paradoxe d'aujourd'hui : la vie s'améliore et les gens se sentent plus misérables.

Je m'explique. Selon M. Easterbrook, l'espérance de vie n'a jamais été si élevée dans le monde occidental. Nous vivons toutes les libertés possibles, celle de l'expression, de la liberté sexuelle et j'en passe. Nous bénéficions de toutes les technologies inimaginables : le téléphone cellulaire, l'ordinateur, le cinéma maison, la climatisation, la technologie médicale, etc.



...apprécier, les gens vivent un tel essai, causé par la surconsommation, et vivent dans un état de surabondance qu'ils ne savourent plus les petits bonheurs simples et ne réalisent plus tout ce qu'ils ont. Ils pensent plutôt à ce qu'ils ne possèdent pas encore, à ce que le voisin possède pas eux... Serait-ce cela qui explique le désenchantement de plusieurs quant à la vie d'aujourd'hui ? Très possiblement*. Et cela me fait penser à l'expression anglaise : *We have it good, and we don't know it*. Intraduisible, mais vrai.

Alors profitons-en de la vie, apprécions-la! Apprécions nous nous-même, à notre juste valeur, et gardons précieusement nos amitiés! J'en profite aussi pour vous souhaiter du bonheur, chers étudiants et collègues, pour cette nouvelle année, ainsi que du succès dans vos études, bien entendu!

*Source : Gregg Easterbrook, *Times Canadian Edition*, 15

IL ÉTAIT UNE FOIS DEUX HOMMES... IL ÉTAIT UNE FOIS DEUX FEMMES...

AUDREY MAJOR

Saviez-vous que c'est en 1992 que l'Organisation mondiale de la santé a exclu l'homosexualité de sa liste des maladies mentales?

Seulement 12 ans se sont écoulés depuis... Cet exemple démontre une chose : notre société n'est pas aussi ouverte qu'elle le prétend. Nombre de gens se plaisent à dire qu'ils sont indulgents et même compréhensifs envers l'homosexualité d'un parent ou d'un ami, mais ils deviennent soudainement réticents à l'idée de légaliser, dans ce cas, le mariage civil et religieux. Certains font semblant; les autres manifestent. Les débats sont ouverts.

Dans un sondage conduit par Léger Marketing il y a un an, 35 % des Québécois disent non au mariage gai et, implicitement, non à la reconnaissance de leurs droits, non à l'homosexualité.

Obtus, ils le sont tous un peu. Le mois dernier, devant les bureaux du gouvernement fédéral, à Ottawa, 6000 « belligérants », issus pour la plupart d'organisations

religieuses, se sont insurgés contre la légalisation du mariage gai. « Le monde est menacé! » a hurlé Tim Dooling, l'organisateur de la manifestation. Moi, je rétorque que la planète est plutôt menacée par l'étroitesse d'esprit de ces individus fermés à tout ce qui fait appel au changement.

Grâce à la loi 84, les homosexuels du Québec peuvent maintenant s'unir devant un représentant de l'État. Mais qu'arrive-t-il lorsqu'un couple pratiquant désire s'unir devant un prêtre? Certes, l'Église catholique et le mariage gai ne font pas bon ménage, et les prêtres qui la chérissent se montrent des plus opiniâtres à ce sujet; comme dans bien d'autres, d'ailleurs. Fort heureusement, l'Église unie

du Canada offre l'exemple contraire. Elle a été la première, en 1988, à reconnaître la légitimité des homosexuels. En d'autres mots, elle unit des couples qui s'aiment, peu importe l'orientation sexuelle, peu importe leur capacité à procréer.

Aussi, je constate que la religion catholique prend de moins en moins de place dans la vie des jeunes adultes, lesquels évoluent, changent et se transforment. Nombre de couples hétérosexuels se sont mariés sans jamais devenir parents, par choix ou en raison de leur incapacité. Les a-t-on empêchés de se marier sous le regard de Dieu? Le couple d'aujourd'hui ne s'unit plus seulement pour mettre au monde des enfants. La décision d'enfanter est maintenant d'ordre plus personnel qu'obligatoire.

Il n'y a rien de plus normal que l'homosexualité, car elle a toujours existé. Ce sont tous ceux qui la rejettent et la critiquent qui créent l'anomalie.

Honnêtement, je me questionne sur la crédibilité de la religion catholique. Comment se fait-il qu'un homme disant servir la parole de Dieu puisse convier à son église des êtres malfaisants, alors qu'il s'obstine à empêcher un couple gai de s'unir dans le partage? Devant les caméras de télévision, nos prêtres s'opposent féroce-ment au mariage entre homosexuels, puis, le dimanche, ils vantent la parole de Dieu voulant que tout bon pêcheur ait une place bien à lui dans son église décorée d'or et d'argent. En vérité, la religion cultive un jardin de préjugés arrosés d'un peu d'amour et d'eau fraîche.

Finalement, c'est la reconnaissance sociale de la communauté homosexuelle qui est en cause lorsqu'on parle de mariage. J'ai bien peur que ces débats ne soient propices à un retour à l'intolérance. À tous ceux qui me demandent si je suis homosexuelle, je réponds que je suis un être humain, dépose un baiser sur les



Julie Laroche

LE CALMAR AU POUVOIR

PIERRE ROSSI

Luis Inacio da Silva, dit Lula * (calmar en portugais), est président du Brésil depuis un an. Fils de paysan pauvre de la région du Nordeste, chef charismatique du Parti des travailleurs (PT), l'ancien tourneur, meneur de grèves et chef des métallos, est arrivé à la magistrature suprême du colosse sud-américain à sa quatrième tentative.

Son élection marque l'échec des politiques économiques que le Fond monétaire international (FMI) avait déjà imposé à ce pays de plus de 175 millions d'habitants. Sa victoire représente un changement majeur. Annonce-t-elle toutefois une transformation radicale? On peut en douter.

Conséquence de la défaite du Parti social-démocrate (PSDB), la victoire de Lula est le résultat d'un écart entre électeurs votant de plus en plus à gauche et le chef du PT dont le discours est devenu de plus en plus centriste. Au fil des ans, le Calmar a su atténuer son image de « révolutionnaire » en adoptant un discours plus modéré et en se faisant fin stratège. L'alliance avec le Parti libéral (PL, droite) lui a assuré le soutien d'une partie du patronat et de l'électorat évangélique (un Brésilien sur six). Les dirigeants du PL sont largement issus de l'Église universelle du royaume de Dieu et son chef José Alencar, magnat du textile, ex-vice-président de la Confédération nationale de l'industrie, occupe désormais la vice-présidence de la République.

Au-delà des alliances, tout se jouera autour du programme du président. Lula poursuit des objectifs ambitieux, mais contradictoires. En un an, il a jugulé l'inflation et honoré les engagements internationaux du pays au point de devenir la coqueluche de Wall Street. Cependant, à quelques exceptions près, ses promesses de réformes sociales piétinent. Le président a lancé un projet urgent, le plan « Faim Zéro », pour lutter contre la sous-alimentation, toutefois le budget n'en est que de 500 \$ millions US: trop peu pour les quelque 46 millions de Brésiliens forcés à la diète.

La pierre d'achoppement du président reste la refonte du régime agraire. Le Brésil, deuxième exportateur agricole du monde (après les États-Unis), possède une agriculture dominée par moins de trente mille propriétaires terriens. Depuis les années 70, un Mouvement des Sans-terre (MST) s'est organisé pour forcer les latifundistes et les autorités politiques à réformer le système de propriété. Sans grand succès à ce jour, mais avec beaucoup de violence de la part des propriétaires.

L'élection de 2002 avait ravivé les espoirs. Ayant promis la réforme agraire, Lula avait prévu distribuer immédiatement des terres à 80 000 familles, mais, en un an, seulement un quart en a profité. Entre-temps, les files de chômeurs se sont allongées (presque un million de plus) et le pouvoir d'achat des consommateurs a chuté de 20 %.

Lula reste populaire (plus de 70 %), mais pour combien de temps? Après avoir satisfait les bailleurs de fonds étrangers ** (la dette extérieure s'élève à 224 milliards \$ US, en 2002), il doit commencer à satisfaire sa propre clientèle politique au risque de la perdre. Pourtant, avec une dette publique à 60 % du PNB en 2002 contre 30 % en 1994*** et un Congrès fragmenté où le PT est minoritaire, il y a fort à parier que les réformes se feront au compte-gouttes.

Que fera Lula en cas de crise grave? Retraite, capitulation, fuite en avant? En partie, la réponse dépendra de la patience de la classe moyenne et des couches sociales qui soutiennent le président, mais surtout de l'intelligence de l'aile la plus pressée de son parti et des classes mieux nanties du pays.


* Ce sobriquet lui a été attribué du temps où il savait se rendre insaisissable, comme un calmar, aux autorités militaires.

** CIA, Factbook
[<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/br.html>].

*** Voir Emir Sader, «Les chiffres du désastre », dans Le Monde Diplomatique, novembre 2003.

LE CANADA SUR MARS

JOAN ROCH

 e 14 janvier 2004, le président des États-Unis George W. Bush dévoilait un plan ambitieux destiné à installer l'homme sur la Lune de manière permanente d'ici 2015 puis à envoyer des astronautes explorer Mars d'ici 30 ans. Interrogé par Le Reporter, Marc Garneau, président de l'Agence spatiale canadienne, confirme que le Canada entend participer à ce voyage vers la planète rouge. Mais un budget limité pourrait compromettre sa participation à l'autre programme d'exploration martienne, celui de l'Agence spatiale européenne.

Profitant du succès remarquable de la sonde *Spirit*, arrivée sur Mars début janvier, George Bush annonçait quelques jours plus tard la vision qu'il préparait depuis plus d'un an avec la NASA. Son plan grandiose prévoit un retour de l'homme sur la lune grâce à une base permanente, et surtout un plan sur 30 ans destiné à envoyer des humains explorer la planète rouge.

L'Agence spatiale canadienne (ASC) a toujours été associée de près aux projets américains. Cette coopération a permis à Marc Garneau de devenir le premier astronaute canadien en 1984. L'actuel président de l'ASC, vétéran de trois missions sur la navette, déclare: «On a la capacité de contribuer tant à la science qu'à la technologie qui seraient nécessaires pour aller faire des missions robotisées et des missions humaines dans notre système solaire.»

La participation canadienne au projet américain est conditionnée par le budget de l'ASC. Bush prévoit l'augmentation du budget de la NASA de 15 à 16 milliards de dollars américains en cinq ans. D'importantes réorganisations internes à la NASA devront également être effectuées pour rassembler les fonds nécessaires. À titre de comparaison, l'Agence canadienne peut compter actuellement sur un budget annuel de 300 millions de dollars canadiens.

Pour le moment, le projet américain reste incertain car il n'a pas encore été approuvé par le Congrès, obstacle qui avait d'ailleurs fait échouer le plan de Bush père en 1989. Comme l'explique M. Garneau, il serait de toute façon prématuré de relever le défi de M. Bush: «On doit examiner de près les détails. On doit sérieusement répondre à la question suivante: est-ce qu'on a les moyens de se payer une participation à ce voyage? Ce travail là doit être fait avant de sauter dedans. Mais à l'ASC, on n'est pas naïf. On est conscient du fait qu'il y a beaucoup de facteurs qui entrent en jeu dans ces choses là, et on va les étudier afin d'avoir vraiment une bonne idée de là où on voudrait aller.»

Toute cette publicité autour d'un projet non encore approuvé fait oublier l'option européenne: le projet Aurora de l'Agence spatiale européenne (ESA). Prévu pour les 30 prochaines années, celui-ci envisage une exploration robotisée systématique puis une mission habitée vers 2030. Les premiers contrats pour les sondes automatiques ont d'ailleurs été accordés à la fin de 2003.

Selon Marc Garneau, le budget limité de l'ASC - déjà fortement impliquée dans Aurora - pourrait malheureusement nuire au partenariat, vieux de 25 ans, avec l'ESA: «Si on décide de se lancer pleinement dans cette nouvelle vision des États-Unis, ça pourrait entraîner un rééquilibrage de nos priorités vi-à-vis de nos différents projets avec l'ESA.»

Compte-tenu de l'instabilité chronique des budgets américains, du potentiel des projets européens et de la qualité de la coopération entre le Canada et le Vieux continent, devoir négliger Aurora au profit du projet de Bush serait vraisemblablement une perte pour le Canada.

LA SCIENCE QUI FAIT DANS LA RELIGION

JULIE DESCHENEAU

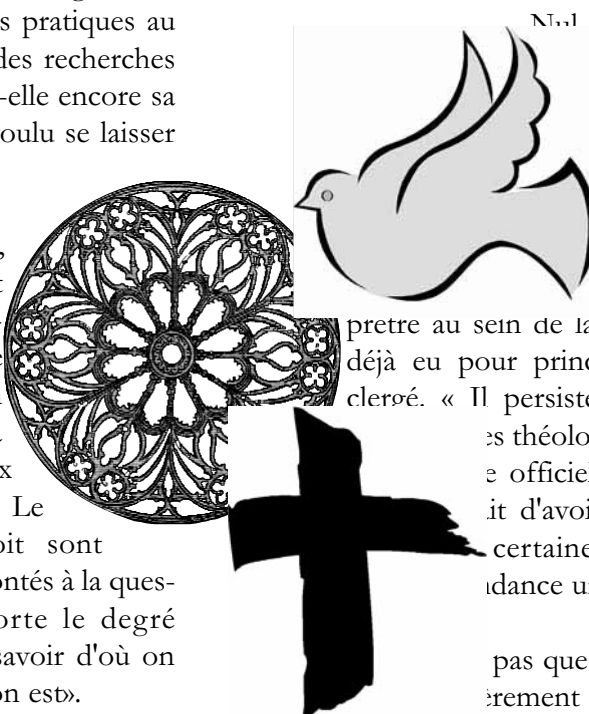
La Faculté de théologie s'appelle désormais « Faculté de théologie et de sciences des religions ». Officialisé le 15 décembre dernier, ce changement reflète, selon le doyen de la faculté et docteur en théologie, Jean-Marc Charron, des changements de pratique déjà opérés. Quelles sont ces pratiques au juste? Faut-il croire en Dieu pour faire des recherches au sein de cette Faculté? La théologie a-t-elle encore sa place à l'université? M. Charron a bien voulu se laisser questionner.

Surprise : le département de bioéthique, qui se trouve au même étage, n'y est apparemment pas par hasard. Un professeur de cette Faculté est l'instigateur de cet aménagement. Rien d'anormal, selon M. Charron : « Ça fait longtemps que la théologie s'intéresse à l'éthique et aux applications pratiques. » Des exemples? Le travail social, la psychologie, le droit sont quelques-uns des secteurs qui sont confrontés à la question religieuse. Et selon lui, peu importe le degré d'adhésion à une tradition, « le fait de savoir d'où on vient permet de mieux comprendre qui on est ».

Tandis que la théologie étudie les questions religieuses dans le cadre du christianisme, les sciences des religions, elles, s'intéressent à tous les systèmes de croyance. « La Faculté s'est toujours intéressée aux autres traditions religieuses, mais il y a une volonté plus ferme, depuis quelques années, de faire de ce qui n'était qu'une partie marginale un axe de développement important. » Selon lui, le pluralisme religieux est l'un des grands défis de nos sociétés.

Interrogé sur la déconfessionnalisation du système scolaire mise en place il y a quelques années, M. Charron est d'avis qu'il s'agit là d'une bonne décision: « C'était un archaïsme de la tradition québécoise. » Il considère quand même important que les jeunes reçoivent des cours sur les religions. « Ils auront plus

que jamais à vivre avec la diversité. Ils doivent réfléchir à la question religieuse afin d'agir de manière responsable. » M. Charron croit que « l'ignorance engendre l'intolérance ».



Il n'y a pas besoin d'être croyant pour aller à la Faculté de théologie. Charron avoue toutefois que certains éléments qu'on y trouve ont peut-être un intérêt pour la discipline en question, même si le degré d'adhésion est très variable. Il ne reste plus qu'un professeur au sein de la faculté, laquelle a pourtant déjà eu pour principale mission de former le clergé. « Il persiste encore des préjugés selon lesquels les théologiens sont à la remorque de la hiérarchie officielle de l'Église. » Selon lui, le fait d'avoir de la sympathie pour une certaine tradition n'empêche pas l'indépendance universitaire et l'objectivité.

Il n'est pas que ce soit parfois difficile. « Il y a certainement des gens qui remettent en question la place de la théologie à l'université. » M. Charron affirme que les théologiens doivent se battre deux fois plus fort que les autres chercheurs pour démontrer la valeur scientifique de leur travail. Mais n'est-ce pas normal, quand on a pour objet d'étude quelque chose dont l'existence ne peut être ni prouvée ni réfutée scientifiquement? « On cherche davantage à comprendre les croyances qu'à les justifier. D'ailleurs, il existe d'autres sciences dont l'objet est aussi évanescant que le nôtre. Pensez à l'historien qui travaille sur la peur au Moyen Âge, au philosophe qui s'intéresse à l'être... » La grande coupable de la gêne et des préjugés serait encore, selon lui, l'ignorance. Elle sévirait donc même dans les milieux universitaires?

ON ACHÈVE BIEN LES LANGUES DE FRANCE

JEAN-FRANÇOIS COLLETER

« Pour l'unité linguistique de la France, il faut que la langue bretonne disparaisse », proclamait en 1925 Anatole de Monzie, ministre de l'Instruction publique. Destinés à l'époque aux maîtres d'école nommés en Bretagne, ces propos reflètent bien l'état d'esprit qui a guidé pendant des décennies la politique des gouvernements français à l'égard des langues minoritaires : une volonté d'éradication pure et simple.

Aujourd'hui le breton n'a pas pour autant disparu, du moins pas encore. Selon une étude réalisée l'an dernier par l'Office de la langue bretonne¹, environ 300 000 personnes le parlent occasionnellement ou quotidiennement dans la moitié occidentale de la région, soit 8 % de la population bretonne. Si bien des idiomes survivent avec un nombre de locuteurs nettement inférieur, Lena Louarn, présidente de l'Office, estime pourtant que « l'avenir de la langue bretonne est des plus fragilisés ».

Pour bien comprendre la situation, il faut savoir que les deux tiers des brittophones ont aujourd'hui plus de 60 ans et que seulement 8 857 enfants sont scolarisés cette année dans les écoles bilingues. Qui plus est, la langue bretonne ne bénéficie toujours pas, à ce jour, de statut officiel. Il n'existe pas non plus de presse quotidienne dans cette langue et le service public français de l'audiovisuel ne diffuse que quelques heures hebdomadaires de programmes en breton. Si rien n'est fait pour renverser la tendance, il est tout à fait probable que la dernière langue celtique continentale² sera bientôt rayée de la carte.

Mais comment en est-on arrivé là, alors que dans les années 1920 la Bretagne comptait encore 1,2 million de bretonnants (unilingues pour la majorité)? Certes, la République « une et indivisible » n'est pas allée aussi loin que le régime franquiste en Espagne pour essayer de faire disparaître les langues dites « périphériques ». Il n'y a pas eu ainsi en France de répression féroce à l'encontre des personnes qui s'exprimaient en breton, en basque ou en corse sur la place publique.

Le déclin de la langue bretonne (et des autres langues régionales en France) tient principalement à la manière dont l'enseignement obligatoire a été institué à la fin du XIXe siècle. En Bretagne, les instituteurs avaient pour consigne de ne pas recourir au breton pour apprendre le

français aux élèves et ces derniers devaient subir toutes sortes de brimades s'ils étaient surpris à parler dans leur langue maternelle.

L'autre élément essentiel à prendre en considération est l'état de sous-développement dans lequel se trouvait la Bretagne jusque dans les années 1960. Dans une région essentiellement rurale et surpeuplée, les parents n'avaient souvent d'autre choix que d'être les « complices » des maîtres d'école et d'encourager leur progéniture à apprendre un idiome devant leur permettre d'immigrer ou de décrocher un emploi dans la fonction publique. En un mot, pour échapper à la pauvreté...

Les années 1970 marquent un tournant : les Bretons se prennent à reconsidérer leur patrimoine linguistique et culturel. Aujourd'hui, les écoles associatives Diwan – qui pratiquent l'immersion – et les classes bilingues – que l'État a accepté de créer sous la pression des parents – ne peuvent plus satisfaire la demande. Les militants culturels dénoncent l'insuffisance des moyens alloués par le ministère de l'Éducation et le refus des différents gouvernements de modifier la constitution pour donner aux langues régionales un statut officiel.

Cette attitude frileuse des dirigeants français tranche avec le discours favorable à la diversité culturelle propagé à l'extérieur des frontières hexagonales. Ainsi, en 1999, lors d'une allocution devant l'assemblée territoriale du Nunavut, Jacques Chirac déclarait : « Ce souhait des Inuits d'être enfin reconnus, de maîtriser leur destin, de garder leur culture, nous, Français, nous le comprenons et nous le soutenons. » Les Bretons, eux, peuvent toujours rêver d'entendre un tel discours de la bouche d'un président français. En attendant, leur langue mériterait peut-être un traitement digne d'une démocratie occidentale. Il en va de sa survie.

¹ Organisme fondé en 1999 pour promouvoir le breton.

² Les autres langues celtiques sont parlées dans les îles britanniques; il s'agit du gallois, du gaélique d'Irlande, du gaélique d'Écosse et du mannois; le cornique s'est éteint à la fin du XVIIIe siècle.

LE CERTIFICAT EN FÊTE !

LISE MICHAUD

Le 3 décembre dernier, les invités réunis pour le cocktail dans le Hall d'honneur du Pavillon principal¹ à l'Université de Montréal s'en donnent à cœur joie: après tout, le Certificat n'a pas tous les jours 30 ans. Dès 17 h, les airs des musiciens rythment le gai brouhaha des conversations entre les convives, qui peuvent siroter vin rouge, vin blanc ou eau minérale tout en jasant.

Vers 18 h, avec quelque retard sur le programme, la musique s'interrompt pour laisser la place au premier intervenant. Moins d'une demi-heure plus tard, c'est à Marie-Christiane Hellot, responsable du Certificat en journalisme, de prendre la parole. Saluant d'abord l'assemblée, en particulier les invités spéciaux Jacques Parent, Michel Roy et Claude Robillard, elle signale l'absence de Sophie Thibault, retenue à TVA par le journal télévisé de 22 h.

Fière de mentionner qu'il s'agit d'une ancienne du Certificat, Mme Hellot poursuit: «Vous êtes nombreux à vous distinguer. On vous lit (Kathleen Lévesque, dans *Le Devoir*; François Cardinal, dans *La Presse*). On vous entend (Tamara Alterescu, à Radio-Canada). On vous

¹ - Rebaptisé depuis pavillon Roger-Gaudry

Le certificat en chiffres

DEPUIS 1973, 5 719 DEMANDES D'ADMISSION, 2 106 ADMISSIONS, 820 DIPLÔMÉS.

LE CERTIFICAT AUJOURD'HUI: PRÈS DE 300 ÉTUDIANTS TRIÉS SUR LE VOLET (80 % POSÈDENT DÉJÀ UN BAC), 33 COURS OFFERTS, 24 CHARGÉS DE COURS.

IL SE FÉMINISE: 65 % D'ÉTUDIANTES; IL S'INTERNATIONALISE: 20 % D'ÉTUDIANTS VENANT DE L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC.

voit aussi (Marie-Claude Savard, à Radio-Canada; Pascale Déry, à TVA).» Sans compter les chargés de cours, tous réputés: Jean-Claude Leclerc, Marc Laurendeau, Karl Parent, Claude Sauvé, Pierre Sormany, Diane Précourt, Dominique Payette et tant d'autres.



Au premier rang : Jean-Claude Leclerc, Claude Sauvé, Marie-Christiane Hellot, Pierre Brisson. Au 2e rang : Marc Laurendeau, Bernard Lévy, Pierre Pilon, Pierre

Et Mme Hellot d'ajouter: «Le Certificat en journalisme, c'est également ces bourses, ces concours – Bourse René-Payot des radios publiques de langue française; Bourse Fernand Seguin en journalisme scientifique; Prix Lizette-Gervais en radio et télé, remporté 15 fois en 17 ans par un étudiant du Certificat. Et pour finir, dernier cadeau pour nos 30 ans, ce prix AJIQ-*Le Devoir* que vient de gagner Karine Bernard.» Depuis 1973, 40 % des inscrits ont décroché leur diplôme. Où sont passés les autres? Partis avant la fin, pour d'excellentes raisons comme trouver du travail. «Il y a aussi quelques-uns de ceux-là avec nous ce soir», confie Mme Hellot.

Enfin, comment oublier *le Reporter* et *la Jonction*? *Le Reporter*, notre journal, est né en 1999. Quatorze numéros ont été publiés depuis l'automne de la même année, dont le dernier, le spécial 30e, que tous peuvent se procurer à l'entrée ce soir-là. Mme Hellot pré-



Photo : Joan Roch

Hellot, Karl Parent et Pierre Sormany et Luc Simard.

cise: «Une bonne école puisque l'une des fondatrices, Nolsima Yim, est aujourd'hui rédactrice en chef adjointe à *Clin d'œil*. Une autre, Laurence Dupin, vient de passer rédactrice en chef à *L'Express* de Toronto.» Au début de l'an 2000 ont également été mises sur pied les rencontres de la Jonction, pour lesquelles le comité organisateur a recruté environ 47 conférenciers venus partager leur expérience avec les étudiants.

Autant de raisons de célébrer! Seule ombre à ce réjouissant tableau: après dix ans à la tête du Certificat, Mme Hellot quittera ses fonctions en juin afin de se consacrer à un nouveau programme, le diplôme d'études supérieures spécialisées en journalisme (D.E.S.S.).

Précédant Mme Hellot dans son discours, Jean-Marc Boudrias, doyen de la Faculté de l'éducation permanente, la présente en soulignant sa compétence et l'excellence de son travail. Succédant à d'autres responsables, André Mailhot et Céline Martin, restés chacun dix

ans à la barre du Certificat et tous deux présents à la soirée, elle a su insuffler dynamisme et énergie aux activités étudiantes auxquelles elle a participé.

Le D.E.S.S.

De quoi s'agit-il? D'un programme couronné d'un diplôme de deuxième cycle, un niveau intermédiaire entre le bac et la maîtrise. Son format sera équivalent à celui du certificat : 30 crédits constitués de dix cours de trois crédits chacun. Il comprendra des cours magistraux, des ateliers et des stages. Il pourra probablement être suivi à temps plein ou partiel, donc terminé en un an ou plus. Il développera les contenus du Certificat, tout en approfondissant les cours d'analyse critique. Évidemment, il sera conçu pour procurer aux diplômés un avantage supplémentaire sur le marché du travail. Les conditions d'admission: le Certificat (ou formation équivalente) ou un bac, plus quelques cours de propédeutique (cours préparatoire obligatoire donné à l'université pour préparer les bacheliers à l'enseignement supérieur). L'admission sera personnalisée, c'est-à-dire qu'elle comportera l'étude de chaque dossier, un entretien, un examen de français et peut-être un test des connaissances. Le lancement est prévu à l'automne 2005!

Mme Hellot cède ensuite la parole à Jacques Parent. Puis c'est le tour de Claude Sauvé qui, depuis 1976, forme ses étudiants à la dure afin de mieux les préparer au milieu exigeant de la télévision. Il proclame: «Longue vie donc au Certificat en journalisme!» Au milieu des discours entrecoupés de mélées jazzées, les canapés finissent par circuler. Entre deux bouchées ou deux verres, les convives sont invités à parler. Ils peuvent également regarder un montage vidéo retraçant l'histoire de 30 années du Certificat.

Pour finir, quelques anciens viennent témoigner :

Normand Bélisle, diplômé et secrétaire de l'Ageefep, qui assure le montage du *Reporter*. Éric Lafontaine, lui aussi diplômé, maintenant employé à LCN et qui retient la passion de Claude Sauvé. Un joyeux 30e anniversaire donc, en attendant de se revoir dans 20 ans pour célébrer le demi-siècle du Certificat en journalisme à l'Université de Montréal!

— 30 —

L'ÉCHO ET SON BOOM

REGARD SUR DEUX GÉNÉRATIONS INFLUENTES

PATRICIA GAGNON

Comment expliquer le déclin du tennis et l'essor du jardinage depuis une dizaine d'années? Selon l'économiste David K. Foot, auteur du livre *Entre le boom et l'écho 2000 – comment mettre à profit la réalité démographique à l'aube du prochain millénaire**, le vieillissement des baby-boomers, ces enfants de l'après-guerre nés entre 1947 et 1966, serait à l'origine de ces nouvelles tendances.

Selon M. Foot, l'essor du tennis durant les années 1970 et 1980 était prévisible – les jeunes baby-boomers étant à l'âge idéal pour la pratique de ce sport – et son déclin inévitable, les gens plus âgés délaissant ces activités pour s'adonner à des loisirs moins actifs, comme le jardinage.

« La démographie, c'est-à-dire l'étude des populations humaines, est l'outil le plus puissant – et le plus sous-exploité – dont nous disposons pour comprendre le passé et prédire l'avenir. La démographie [...] nous apprend beaucoup de choses sur les produits qui seront en demande dans cinq ans, elle annonce avec précision le nombre des inscriptions scolaires [...]. Elle nous permet de savoir quels médicaments seront à la mode dans dix ans [...]. Elle nous aide à déterminer les périodes où les valeurs des maisons seront à la hausse ou à la baisse », soutient M. Foot qui démontre, dans son ouvrage, comment la démographie influence la consommation, le marché immobilier, la santé, l'éducation et les loisirs.

La société canadienne est subdivisée en neuf cohortes, les plus influentes étant les nombreux baby-boomers et leurs enfants, l'écho des baby-boomers, nés entre 1980 et 1995, explique M. Foot. Il souligne qu'elles influencent, chacune à sa manière, les grandes tendances sociales et économiques et qu'elles ont des caractéristiques

ainsi que des préoccupations financières bien différentes.

L'économiste démontre, entre autres, que le commerce de détail est, en grande partie, influencé par ces deux cohortes. Ainsi, alors que les jeunes adultes de l'écho commencent à quitter le nid familial et recherchent des produits et services à prix abordables, leurs parents, généralement bien nantis, recherchent plutôt des produits et services de très grande qualité et accordent une attention toute particulière à la qualité du service, sans égard au prix.

Est-il possible de concilier les besoins de ces deux types de clientèle? Il semble bien que oui. À titre d'exemple, M. Foot cite le cas de la compagnie Ikéa – cette entreprise reconnue pour ses meubles à bas prix mais requérant un assemblage – qui a su s'adapter à cette nouvelle réalité démographique en offrant le service de livraison et d'assemblage, moyennant un léger supplément. Ainsi, souligne l'auteur, les dirigeants d'Ikéa ont su « s'adapter à l'évolution des besoins des consommateurs vieillissants, tout en gardant en même temps la précieuse clientèle qui a une vingtaine d'années ».

Quel avenir pour le tennis?

Cela dit, il semble bien que tout n'est pas perdu pour le tennis. En effet, « [...] on peut prévoir, au tournant du millénaire, que la pratique du tennis connaîtra un regain de popularité dans la décennie suivante, au moment où la grande génération de l'écho du baby-boom atteindra l'âge par excellence du tennis », prévoit M. Foot.

**Entre le boom et l'écho 2000 – Comment mettre à profit la réalité démographique à l'aube du prochain millénaire par David K. Foot en collaboration avec Daniel Stoffman.*

LES AUBERGES DU COEUR :

«LES JEUNES QUI Y ENTRENT S'EN SORTENT»

MARIANNE REUX

La première campagne nationale de sensibilisation des Auberges du cœur vient d'être lancée en présence des deux porte-parole, le comédien Vincent Gratton et la chanteuse Luce Dufault, ainsi que du président du conseil de la Fondation, Jean Doré. « Nous avons choisi de véhiculer un message positif et de mettre l'accent sur les jeunes qui s'en sortent, » a déclaré le directeur-général, Pierre Audette. Les principaux figurants de cette campagne, Hugo et Josianne, sont d'ailleurs tous deux d'anciens résidents des Auberges.

Une bouée de sauvetage pour des milliers de jeunes

« L'œuvre des Auberges du cœur contribue de façon concrète à ce que moins de jeunes ne s'enfoncent davantage dans la détresse et l'isolement », affirme M. Gratton. « À l'instar d'une bouée, elles permettent à des milliers de jeunes de s'en sortir et de se reprendre en main. » Plus qu'un gîte, elles offrent aux jeunes la possibilité de retrouver l'énergie et les outils nécessaires pour se réinsérer dans la société.

Une responsabilité collective

M. Doré a tenu à rappeler que si les Auberges recueillent chaque année plus de 2 500 jeunes, elles en refusent tout autant par manque de ressources. « Avec un taux de suicide chez les jeunes parmi les plus élevés en Occident, faire fructifier le capital d'espérance d'une société qu'est sa jeunesse devient une responsabilité collective à laquelle nous ne pouvons nous soustraire. »

Les Auberges du cœur regroupent 24 auberges, implantées dans leur milieu depuis plus de 20 ans et réparties dans 11 régions du Québec. Elles viennent en aide aux jeunes en difficulté et sans abris âgés entre 12 et 30 ans.

Renseignements :

www.aubergesducoeur.com

Grosse session ?

Le cafø-bar *La Brunante*

Le cafø øtudiant des øtudiants de la FEP

3200 Jean-Brillant, local 2326

LES EXPERTS DU DIRECT

PASCAL POINLANE

Mardi, 12 janvier 2004, 21 h 35. Branle-bas de combat dans les studios de Radio-Canada. La maison de James Gabriel, Grand chef de Kanesatake, est en flammes. Ce qui plane à l'horizon, c'est une crise potentiellement aussi explosive que celle d'Oka en 1990. Explosive... et complexe. Face à des événements qui concernent des enjeux majeurs de la société québécoise, comme la situation des autochtones du Québec, les médias télévisés et radiodiffusés font appel à des spécialistes. L'utilisation de ces sources directes d'information en direct est souvent paradoxale.

Des événements qui tombent à pic

Les experts invités à la télévision ou à la radio sont des penseurs et des intervenants respectés de leur milieu. Dans leur travail de tous les jours, ils s'adressent à des collègues réceptifs. Ils ont l'habitude de faire le tour d'une question, d'apporter plusieurs arguments avant de donner leurs conclusions devant un auditoire réceptif et patient. Lors d'émissions en direct, ces experts doivent expliquer en un court laps de temps la problématique sous-jacente à l'événement. L'erreur n'est pas permise. Il n'y a pas de montage, pas de coupure, pas de reprise. Pour réussir ce tour de force, l'intervieweur doit aviser l'expert du cheminement qu'il compte suivre, du type de questions qu'il lui soumettra et du temps alloué pour chaque réponse, explique Pierre Sormany dans *Le métier de journaliste*.

Le contenant et le contenu

René Boudreault, spécialiste des questions autochtones et auteur du livre *Du mépris au respect mutuel*, a été l'invité de quatre émissions en direct sur les ondes de la télévision et la radio de Radio-Canada au cours de la semaine suivant l'incendie de la maison du Grand chef de Kanesatake. M. Boudreault raconte avoir été informé correctement des détails de son intervention pour une seule des quatre entrevues. « Le temps alloué à chacune des réponses varie d'une interview à l'autre. Il m'aurait fallu mieux saisir le format de

chaque émission », explique-t-il, sans savoir que la responsabilité de la tâche incombe généralement aux journalistes de la SRC. « Lors de l'émission de Simon Durivage, par exemple, il aurait fallu que je prépare des réponses-éclair de 15 secondes », poursuit M. Boudreault. Ces courtes réponses ne sont pas du tout appropriées à la complexité du dossier autochtone, selon lui.

Le paradoxe du recours à l'expert durant les émissions en direct tient aussi au type de question posée. « Je suis là pour analyser, pour donner de la perspective à l'événement. Parfois, on me demande de commenter des potins médiatiques, de donner plus de détails sur ce qui vient tout juste de se produire. C'est le travail des journalistes de courir après l'information, pas le mien! », raconte M. Boudreault.

La forme et le style

L'intervieweur doit donc garder pour le spécialiste les questions relatives aux causes et aux conséquences de l'événement, plutôt que celles qui cherchent à le décrire plus en détail. Pour M. Boudreault, il n'y a pas que les questions qui sont en cause. Le style sensationnaliste de certains animateurs est réduit également la portée de leurs explications. « Les analystes posés, ils n'aiment pas ça. J'ai l'impression qu'on me demande d'être percutant au lieu d'être pertinent », souligne-t-il. Cependant, les experts ne se prêtent pas tous à ce jeu. Ils doivent avant tout préserver leur crédibilité, dont dépend généralement leur succès professionnel.

Dans l'ensemble, M. Boudreault reconnaît les contraintes du milieu journalistique. Les médias lui permettent de sensibiliser les gens et de susciter la réflexion. « Mais je crois que je n'ai pas besoin d'être sur toutes les tribunes. Il me semble que j'ai donné assez de pistes aux auditeurs pour qu'ils se fassent eux-mêmes une idée du sujet et se documentent davantage par des lectures approfondies. » Il y a toujours beaucoup de choses que la télévision ne remplace pas... surtout lorsqu'il s'agit d'émissions en direct.

POLITIQUE RÉDACTIONNELLE

FRÉDÉRIQUE GRAMBIN

Les auteurs des articles publiés dans *Le Reporter* conservent l'entière responsabilité de leurs opinions. Le comité de rédaction se réserve le droit de refuser tout article qu'il considérera comme tendancieux, diffamatoire ou au contenu inexact. Il se réserve également le droit de corriger tout texte qui lui sera soumis, incluant les titres et les sous-titres des articles, qui pourront être changés ou modifiés en tout ou en partie, sans obligation de consulter les auteurs.

Les auteurs doivent envoyer leur texte en pièce jointe, par courrier électronique, à l'adresse lereporter@ageefep.qc.ca en indiquant dans la case «objet» le titre de l'article (une vingtaine de caractères maximum). La date de tombée indiquée dans le journal doit être respectée.

Consignes

Les auteurs ont la responsabilité de vérifier leurs sources, l'exactitude des citations et des noms propres mentionnés.

L'utilisation du «je» est permise dans l'éditorial, mais non recommandée dans les autres sections.

Lorsqu'une personne est nommée la première fois dans le texte, on indique son prénom et son nom. Par la suite, on indique seulement «M.» ou «Mme», accompagné du nom de famille.

Titres et sous-titres des articles

Seuls le prénom et nom de l'auteur sont inscrits (on ne met pas «par» devant le nom de l'auteur) à la suite du titre.

Seul le caractère régulier ou gras peut être utilisé. Le bas-de-casse doit être utilisé.

À éviter :

- Les verbes au conditionnel;
- Les points à la fin des titres et des sous-titres;
- Les deux-points.

Format des textes

Seuls les textes écrits en Microsoft Word (PC) ou Word (Mac) sont acceptés. Le texte doit être enregistré en format *Word*.

Le texte doit comprendre un **maximum de 3 500 caractères**, espaces comprises. Il est conseillé d'utiliser l'outil «statistique» de Word pour vérifier le nombre de caractères.

Le texte doit être tapé en utilisant la police *Times New Roman*, 12 points. Il doit être saisi à double interligne et doit comprendre des marges d'un pouce en haut, en bas, à gauche et à droite et être justifié à gauche seulement. Le texte ne doit pas contenir de mise en page sophistiquée : pas de tabulateurs, de retraits, de soulignements ou autres formatages particuliers.

Consignes typographiques

Le caractère italique est utilisé dans les cas suivants :

- Pour les locutions en langues étrangères;
- Pour les titres de loi;
- Pour les titres de livres, de journaux, de films, de pièces de théâtre, d'œuvres d'art, etc.

Si le titre du journal est cité en entier, il s'écrit en italique et l'article défini prend la capitale. Quand il y a contraction de l'article, celui-ci s'écrit en romain et en bas-de-casse.

On ne met pas d'espace avant la ponctuation haute (points d'exclamation, points d'interrogation, guillemets et points virgule). Une seule espace doit être insérée après.

Les citations sont écrites entre guillemets et non en italique. Utilisez les chevrons français (« ») et non les guillemets anglais (" "). Il est important de les ouvrir et de les refermer ensuite pour chaque partie du texte citée.

Note : Les réviseuses ou réviseurs qui sont également rédactrices ou rédacteurs pour *Le Reporter* doivent IMPÉRATIVEMENT faire réviser leurs textes par d'autres réviseurs.

LA RÉDACTION PUBLICITAIRE : ÉVOLUTION ET TENDANCES

JULIE DEMERS



La dernière rencontre de La Jonction, en novembre 2003, a démontré aux sceptiques que la publicité attire, même lorsqu'elle est sujet de causerie. Preuve en est que le café-bar La Brunante a fait salle comble ce soir-là! Il faut dire que les deux invités, Hugues Choquette, directeur du groupe Création, chez *Cossette Communication-Marketing*, et Gilles Royal, rédacteur-concepteur publicitaire chez *Gilles Royal Créativité*, étaient fort intéressants.

Les deux invités ont d'abord parlé de leur formation et de ce qui les avait menés à la publicité : M. Royal a étudié les lettres et la linguistique à l'Université de Montréal et a complété sa formation en sémiologie, à l'Université d'Aix-en-Provence, en France. C'est l'essor de la publicité dans les années 1970 qui l'a convaincu de faire carrière dans ce domaine.

Quant à M. Choquette, il a en premier lieu, choisi l'option Arts et Communications au collège Jean-de-Brébeuf, puis s'est engagé dans un baccalauréat en communication. Il a démarré sa carrière dans la conception, qui exige des talents de musicien, d'écrivain, d'artiste, de rédacteur, etc., avouant qu'il a dû être attiré par cette polyvalence.

Le métier...

À la question de l'animatrice de la soirée, Mme Lise Malo, responsable du Certificat de rédaction, sur les qualités requises pour embaucher un jeune comme futur collaborateur, M. Choquette répond que son agence a récemment reçu plus de 400 demandes dans le cadre du projet « Carré de sable », qui s'adresse à la relève. Ses critères de sélection : la créativité, mais aussi la qualité du français. Il avoue qu'un *curriculum vitae* bourré de fautes ne verra pas de suite et il ajoute en riant qu'« il faut aussi être diplômé de l'UdeM. »

Le public demande également à M. Choquette si la compétition entre collègues et entre agences, est aussi vive qu'on se plaît à l'illustrer dans certains téléromans; ce à quoi il répond que l'important, pour une agence, est de se trouver un créneau distinct. Le secret de la réussite personnelle est le travail, la créativité et...l'esprit d'équipe.

Pour comprendre le processus d'élaboration d'une publicité, il faut l'avoir expérimenté : « Souvent, le résultat du travail de l'équipe de création est présenté à un *focus group*. Son contenu est

tellement analysé, que l'instinct finit par peu compter. Au final, la pub est jugée dans une salle de réunion, en présence du client auquel on révèle les résultats des tests provenant d'une maison de recherche. » Ce métier comporte donc beaucoup moins de spontanéité qu'on pourrait imaginer, conclut M. Choquette.

Quant à M. Royal, qui travaille à son compte, il indique que, dans son cas, la seule guerre est celle des prix. Il ajoute que le succès d'un rédacteur publicitaire repose sur la créativité, la qualité de l'écriture et, bien sûr, la formation.

Slogan publicitaire et signature

Ensuite, le public passe à des questions plus techniques, telles que : connaître le secret d'un slogan réussi et, surtout, savoir si la signature précède la couleur d'une marque ou, à l'inverse, si l'on crée la personnalité d'une marque en même temps que sa signature.

M. Royal révèle qu'une excellente connaissance de la langue est le lien entre la publicité et le slogan famélique. Quant à la question de la signature, M. Choquette répond par le concept du « J'aime » de McDonald, dont la signature est de créer un lien émotif entre la marque et les consommateurs. Selon M. Royal, la personnalité d'une marque doit inspirer la signature que lui créent les publicitaires. La publicité ne peut, à elle seule, soutenir une marque qui ne livre pas le produit annoncé.

Selon M. Choquette, la signature la plus simple est souvent la plus réussie. Simplicité rime avec qualité. Il soutient que la signature doit vivre à l'intérieur d'une campagne, comme le « Ah! Ah! » de Familiprix qui a fini par créer un phénomène d'adhésion du public, un cri du cœur. Ce qui a valu à cette publicité un prix à Cannes.

L'avenir de la publicité au Québec

M. Choquette est confiant dans l'avenir, car « la pub made in Québec s'améliore et est de plus en plus exportable ».

M. Royal, lui, considère le Web comme l'autoroute du développement futur de la publicité.

Et l'effet de la mondialisation sur la publicité ? Le thème d'une prochaine Jonction !

LES MÉDIAS ALTERNATIFS : À QUOI ET À QUI SERVENT-ILS ?

Comment définir la presse alternative :

Une presse libre, communautaire, critique, engagée ?

Par quelles caractéristiques se distingue-t-elle de la presse établie ?

Quel rôle joue-t-elle dans la société québécoise ?

Enfin, représente-t-elle pour les jeunes journalistes une occasion de prendre de l'expérience ?

Des questions pressantes et pertinentes

au moment où

l'Association des radios communautaires

fête son 30^e anniversaire

dans un contexte de remise en question

et de bouleversements des médias de masse.

Avec Richard Amyot, de *Recto Verso*,

Bruno Dubuc, du *Couac*,

Pascal Gervais, de *CIBL*,

et Serge Lareault, de *L'itinéraire*.

Animatrice : Marie-Christiane Charbonneau-Hellot

Le vendredi 20 février, de 18h à 20h,

au café-bar La Brunante de l'Université de Montréal

(3200, rue Jean-Brillant, 2^e étage),

Métro Université de Montréal.

Entrée libre

COMITÉ DE RÉDACTION

Rédactrice en chef : Patricia Gagnon

Pupitreurs : Normand Bélisle

Collaborateurs : Jean-François Colleter, Julie Demers, Julie Deschesneau, Patricia Gagnon, Frédérique Grambin, Audrey Major, Lise Michaud, Pascal Poinlane, Marianne Reux, Joan Roch et Pierre Rossi

Révision : Suzanne Aubin, Amélie Cusson, Julie Demers, Frédérique Grambin, Danielle Jazzar, Isabelle Lagun, Lise Michaud et Johanne O'Grady

Superviseur : Jean-Claude Leclerc

**Des commentaires, des questions,
des suggestions ?**

Nous voulons vous lire !

Écrivez-nous à :

lereporter@ageefep.qc.ca

AVIS AUX COLLABORATEURS

Vous voulez participer au prochain numéro ? Envoyez-nous un texte de 3500 caractères, espaces comprises, police *Times New Roman*, 12 points à double interligne. Indiquez le titre de votre article dans la case objet de votre courriel adressé à :

lereporter@ageefep.qc.ca

Le comité de rédaction se réserve le droit de refuser tout article qu'il jugera tendancieux, litigieux ou au contenu inexact. Il se réserve également le droit de corriger tout texte qui lui sera soumis.

Prochaine date de tombée :

12 mars 2004

Prochaine Jonction :

«*La presse alternative*»

Vendredi 20 février, 18 h

au café-bar *La Brunante*

3200 Jean-Brillant, 2e étage