

que la liberté n'est pas la seule condition préalable à une communication efficace : qu'il y faut aussi des compétences spéciales. D'une part, les journalistes doivent perdre l'habitude de faire de la propagande pour le gouvernement; ils ont besoin d'apprendre à exercer leur métier en l'absence d'intimidation de la part de l'État. D'autre part, en particulier dans le secteur privé, ils doivent apprendre à ne pas invoquer la liberté de la presse pour colporter de simples racontars et rumeurs. Privés de la formation nécessaire, les journalistes de la presse privée de certains pays succombent trop souvent à la tentation de confondre les nouvelles avec les diatribes politiques. De plus, les journalistes des médias aussi bien publics que privés doivent comprendre les distinctions importantes qu'il y a lieu d'établir entre les nouvelles, l'actualité et l'expression d'opinions.

La formation des journalistes à l'étranger et l'effort de les aider à comprendre leurs droits et leurs devoirs font partie intégrante des tâches que se sont assignées le CCPJ ainsi que d'autres organisations canadiennes. Souvent avec l'aide de l'ACDI, le CCPJ a rempli ce mandat en exportant les compétences canadiennes en matière de communication, au moyen aussi bien de la formation directe que de la technologie Internet. Ainsi il a organisé une conférence réunissant des représentants de l'État et des médias au Cambodge, enseigné aux journalistes malawiens à distinguer la diffusion d'État de la diffusion publique (voir ci-dessous) et contribué à la création de la première organisation péruvienne de défense de la liberté d'expression, l'Institut pour la presse et la société. D'autres Canadiens ont aidé les Bosniaques à mettre sur pied un réseau indépendant de diffuseurs pour entamer le monopole du diffuseur d'État et rempli diverses missions en Afrique du Sud.

Le vieux dicton selon lequel la meilleure manière d'aider les gens est de leur enseigner à s'aider eux-mêmes est éminemment applicable en l'occurrence. On pourrait à cet égard considérer comme un modèle l'Afrique du Sud, où les Canadiens ont formé des citoyens qui devaient eux-mêmes occuper plus tard des postes de direction et en former d'autres. La Société Radio-Canada a joué dans ce contexte un rôle dirigeant en montrant aux journalistes de la South African Broadcasting Corporation, nouvellement libérée de l'emprise de l'État, les nombreux aspects du rôle que doivent jouer les médias dans une campagne électorale, qu'il s'agisse de la couverture proprement dite, de l'impartialité des reportages, du rôle des ordinateurs ou de la marche à suivre le jour des élections (ou la semaine des élections dans le cas de l'Afrique du Sud).

Les activités de cette nature se sont avérées une réussite considérable aux niveaux où elles se sont exercées jusqu'à maintenant, mais on pourrait les étendre considérablement. En appuyant les journalistes indépendants qui offrent des services de formation à l'étranger, le gouvernement canadien pourrait confirmer, au prix de dépenses relativement modestes, la détermination de notre pays à promouvoir la démocratisation, les droits de la personne et la liberté d'expression. De plus, c'est là un domaine où l'on peut dire, en faisant l'économie de la fausse modestie, que les Canadiens semblent être des formateurs extrêmement efficaces.