

Les médias communautaires au Québec : la troisième voie

Michel Beauchamp

*Professeur au département d'information
et de communication de l'Université Laval
(Québec)*

François Demers

*Professeur au département d'information
et de communication de l'Université Laval
(Québec)*

Les Québécois peuvent aujourd'hui avoir accès à trois types de médias qui se distinguent par les formes de propriété, les modes de gestion et les références symboliques : ceux du secteur privé, qui sert aujourd'hui d'étalon de performance ; ceux du secteur public-étatique (Société Radio-Canada, Télé-Québec) ; ceux du secteur dit "communautaire", que certains ont tendance à sous-estimer en raison, notamment, des moyens modestes dont il dispose comparativement aux deux autres secteurs.

Pourtant, au Canada et au Québec, la formule des médias communautaires a connu, pendant les trente dernières années, surtout dans le domaine des médias audiovisuels, une telle expansion et un tel succès d'estime que les membres d'un important groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion canadienne proposaient que ces médias soient reconnus comme le "troisième secteur" du système mass-médiatique canadien (Caplan et Sauvageau, 1986). Ce qui a été fait, en 1991, au moment de l'adoption d'un projet de loi ayant trait à la radiodiffusion.

Plus précisément, au Canada et au Québec, la formule des médias communautaires s'est répandue, grosso modo, le long de trois axes :

1. à l'extérieur du Québec, dans les communautés francophones et acadiennes (ARCC, 1996) ;
2. dans les communautés "autochtones" (Willet, 1996 ; ARCC, 1996), lesquelles ont accès à quelque 180 stations de radios communautaires, dont 45 implantées sur le territoire québécois (Willet, 1996 ; ARCC, 1996) ;
3. au Québec, où les médias communautaires ont pris, d'un coup, au début des années 70, dans l'effervescence de la contestation sociale et

politique de cette période, valeur de cri de ralliement pour les partisans du changement social.

Cet article ne porte que sur la filière québécoise des médias communautaires canadiens. D'une part, les médias communautaires auxquels ont accès les communautés francophones à l'extérieur du Québec¹ ont été implantés après la "fièvre" québécoise : la première station de radio s'adressant à ce type de communautés a été Radio Péninsule (CKRO FM), dans le nord-est du Nouveau-Brunswick. Elle est entrée en ondes en 1988. Quant aux médias communautaires desservant les communautés autochtones, ils se sont développés en quelque sorte dans un monde parallèle à celui des "Blancs", dans une relation étroite avec l'appareil gouvernemental fédéral canadien, leur tuteur légal. Le cas québécois, pour sa part, présente un intérêt particulier en raison, notamment, de la résonance politique que l'idée du "communautaire", appliquée aux médias de masse, y a connue d'entrée de jeu.

Après avoir rappelé quelques définitions et présenté certaines données de base ayant trait aux médias communautaires, nous mettrons en relief divers éléments pouvant favoriser une meilleure compréhension de leur émergence. Enfin, nous dégagerons, en faisant référence aux travaux de quelques auteurs québécois qui se sont particulièrement intéressés à ce domaine d'activité – en particulier Sénécal (1995) – certaines pistes de réflexion relatives à l'évolution du "troisième secteur" du système mass-médiatique québécois et canadien.

Définitions et données de base

D'après les plus récentes données disponibles², la population québécoise, qui représentait en 1992 tout juste le quart des quelque 28,4 millions de Canadiens, a accès aux médias écrits suivants, en 1996 : 13 quotidiens, huit hebdomadaires régionaux, 100 périodiques généraux, 124 périodiques spécialisés et 42 autres médias écrits comprenant des publications visant le milieu rural, le milieu scolaire, etc. En ce qui concerne la radio, les Québécois ont accès à 55 stations AM de base (plus 49 stations réémettrices) et 114 stations FM de base (plus 116 stations réémettrices) dont 25 radios FM dites "communautaires". Au sujet de la télévision, mentionnons que 29 stations sont implantées sur le territoire québécois et que 66,7% des foyers québécois sont "branchés" sur le câble, comparativement à 75,8% pour l'ensemble des foyers canadiens (Roy, 1996).

Avant de fournir d'autres données de base ayant trait au secteur dit "communautaire", il convient, croyons-nous, de retenir quelques définitions-repères qui donnent un aperçu de ce que différents acteurs sociaux entendent par l'expression "médias communautaires".

La première définition a trait aux médias écrits communautaires : « (...) *Un média écrit communautaire est un journal édité par un organisme sans but lucratif. Il est de propriété collective et de gestion démocratique. Il se veut le reflet de toute une*

communauté, tout en étant accessible, tant dans son contenu que dans son fonctionnement à l'ensemble des citoyens et des citoyennes » (Bulletin de l'Association des médias écrits communautaires du Québec, mai 1996, p. 2).

La deuxième définition concerne les radios communautaires : « (Une station de radio communautaire) est possédée et contrôlée par un organisme sans but lucratif dont la structure permet aux membres de la collectivité en général d'y adhérer et de participer à sa gestion, à son exploitation et à sa programmation. La programmation doit être axée sur l'accessibilité de la collectivité et refléter les intérêts particuliers et les besoins des auditeurs qu'elle est appelée à desservir » (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Avis public, mai 1992, p. 2 et 3).

La troisième définition a trait au rôle du canal communautaire, tel que le conçoit le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes : « (Le) rôle du canal communautaire doit être avant tout celui d'un service public qui facilite l'expression grâce à un accès libre et ouvert aux membres de la collectivité. De plus, la programmation communautaire doit compléter celles qu'offrent les radiodiffuseurs conventionnels. La responsabilité du câblodistributeur d'accorder suffisamment de ressources financières au canal communautaire reste sa principale obligation envers le public en échange du privilège de détenir une licence » (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Avis public, juin 1991, p. 3).

Les responsables du Programme d'aide aux médias communautaires du ministère de la Culture et de Communications du Québec considèrent, pour leur part, comme admissibles au Programme « les organismes à but non lucratif, de propriété collective, dont la vocation principale est de fournir un service local et régional d'information par l'entremise de la radio, de la télévision ou de la presse écrite » (Ministère de la Culture et des Communications du Québec, 1996, p. 3).

Sénécal, dans un ouvrage récent, relève, quant à lui, une définition de la radio communautaire valant aussi pour les télévisions et journaux communautaires. Citant un document publié par l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec, au début de la décennie quatre-vingt, Sénécal mentionne que la radio est « un organisme de communication indépendant, à but non lucratif, à propriété collective, géré et soutenu par des gens d'une communauté donnée, dont le but est d'offrir des émissions de qualité répondant aux besoins d'information de culture, d'éducation, de développement et de divertissement de la communauté dont elle est issue » (Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec, citée dans Sénécal, 1995, p. 165).

Pour Sénécal, les caractéristiques des médias du secteur communautaire peuvent, en fait, être relevées dès l'émergence du secteur au cours des années soixante-dix, période au cours de laquelle ces médias cherchent à se démarquer du secteur privé ou du secteur public : « Tantôt ils se font complémentaires, soit en œuvrant dans des régions (éloignées), soit en couvrant des dimensions négligées de la pratique médiatique (information, culture, etc.). Tantôt ils se distinguent dans la manière d'envisager la démocratisation des médias, sous le signe de l'indépendance, de l'autogestion, de la non-lucrativité et de la propriété collective » (Sénécal, 1995, p. 166).

D'après cet analyste, les tenants de la formule des médias communautaires sont liés par le même genre de préoccupations et les télévisions, radios et journaux communautaires possèdent, à des degrés variables, certains traits, dont les principaux sont « *la critique de la prédominance des médias commerciaux, la démythification de l'objectivité des médias de masse, l'accès de non-professionnels aux ondes, l'animation et le changement social, l'information locale et régionale, la propriété collective et le fonctionnement démocratique (...)* » (Sénécal, 1995 p. 160).

Après avoir dégagé quelques définitions-repères, nous présentons ci-après d'autres données « *se démarquer du secteur privé ou du secteur public* » de base ayant trait à la dynamique des médias communautaires du Québec, notamment sur les plans de la participation, du contenu et du financement.

Les médias écrits communautaires ³

D'après l'Association des médias écrits communautaires du Québec (AMECQ), mise sur pied en 1981, il y avait 78 journaux de ce type, en 1995. Implantés, pour la majorité d'entre eux, depuis plus récemment que les télévisions et les radios communautaires, les médias écrits communautaires existent grâce à la participation de nombreux bénévoles et artisans regroupés au sein d'un organisme sans but lucratif pouvant, parfois, embaucher un ou deux employés permanents. Ces journaux publient quelques numéros par année et ont un tirage relativement modeste.

Par ailleurs, d'après une consultation effectuée auprès d'une centaine de bénévoles œuvrant dans le secteur des médias écrits communautaires, 71% d'entre eux consacrent au moins 50 heures par mois à leur journal, 8% de 51 heures à 100 heures, 11% plus de 100 heures par mois.

Sur le plan du contenu, les médias écrits communautaires diffusent de l'information à caractère résolument local ayant trait à la vie des organismes du milieu, à certains enjeux importants pour la communauté, aux réussites de certains personnages de la localité, etc. Ainsi, pour ne citer que ces deux exemples, un journal s'est impliqué dans la promotion d'un projet d'aménagement d'une école alors qu'un autre a contribué à la réussite d'une campagne ayant pour thème "Le lien téléphonique", ce qui a permis à la population locale d'obtenir l'abolition des frais pour les appels interurbains entre cette municipalité et Québec. Les responsables de certains médias écrits communautaires diffusent même, parfois, un contenu qui révèle une volonté très forte de s'engager sur le plan social. C'est le cas, par exemple, du journal *Droit de parole* qui, à Québec, veille à encourager l'amélioration des conditions de vie et de travail des milieux populaires. Mentionnons, enfin, au chapitre du contenu, que la plupart des artisans des journaux communautaires du Québec éprouvent de la difficulté à faire du journalisme au sens où on l'entend habituellement. Cela peut s'expliquer par un manque de ressources humaines, financières et techniques.

D'où la pertinence des sessions de formation organisées, par l'Association des médias écrits communautaires, à l'intention des artisans qui, plus souvent qu'autrement, doivent apprendre "dans l'action".

Les sources de financement des médias écrits communautaires sont variées. Il y a certains dons, les cotisations des membres et les revenus tirés des abonnements ou de la vente d'exemplaires. Il y a aussi quelques revenus provenant de la vente d'espaces publicitaires achetés, par exemple, par des marchands locaux ou encore des organismes et associations du milieu. Il y a, enfin, l'aide gouvernementale dont profitent une trentaine de journaux de l'AMECQ grâce au Programme d'aide aux médias écrits communautaires instauré par le ministère de la Culture et des Communications du Québec. En 1995, les médias écrits communautaires et quelques autres journaux ont obtenu près de 200 000 \$, soit un peu plus de 14% des 2 millions de dollars alloués par les responsables du Programme d'aide.

Les radios communautaires⁴

Depuis la création, au début de la décennie soixante-dix, de CKRL-FM sur le campus de l'Université Laval, à Québec – d'abord avec une licence de radio étudiante – et de Radio Centre-ville (CINQ-FM), à Montréal, les radios communautaires connaissent un succès remarquable au Québec. Ces stations sont regroupées au sein de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ), fondée en 1979. Alors qu'il y avait, en 1985, suivant Caplan et Sauvageau (1986), une vingtaine de radios en exploitation et six

stations en voie d'installation, 25 radios de ce type existent, en 1996, dans différentes régions du Québec.

« *les radios communautaires connaissent un succès remarquable au Québec* » Selon ces mêmes auteurs, ces radios mobilisaient, en 1985, quelque 200 employés et 2 000 bénévoles ; elles pouvaient profiter de l'appui et du support de 12 000 membres et de 1 000 organismes de tous genres (syndicats, Chambres de commerce, etc.). Aujourd'hui, un peu plus de dix ans plus tard, on peut constater que l'appui aux radios communautaires ne s'est pas démenti et que ces médias produisent davantage d'émissions.

Les radios communautaires diffusent une programmation assez variée. Outre les émissions d'information (nouvelles, affaires publiques, etc.), certaines émissions visent des publics spécifiques d'une communauté : les jeunes, les personnes âgées, les membres de communautés culturelles, les personnes qui vivent sur un territoire donné, etc. Certaines radios sont reconnues pour la qualité de leurs émissions musicales, d'autres, comme des bancs d'essai pour les jeunes créateurs, d'autres, enfin, comme des lieux où il est possible de débattre de divers enjeux sociaux et de faire connaître le point de vue des citoyens, notamment au moyen des tribunes téléphoniques.

Les subventions gouvernementales représentent une importante source de financement – pouvant atteindre 40% de leurs revenus – pour les radios communautaires du Québec. En 1995-96, elles ont obtenu un peu plus d'un million de dollars, soit plus de 50% de l'aide financière globale accordée par les responsables du Programme d'aide aux médias communautaires du Québec. Les dons des particuliers et des organismes du milieu de même que les cotisations des membres constituent une autre source de financement appréciable. En 1985, on estimait qu'environ 15% du financement des radios communautaires provenait du milieu local. Autre source de financement, fort importante celle-là : la publicité.

En ce qui a trait à cette forme de financement, il convient de rappeler brièvement que les radios communautaires sont, en vertu de règles du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, considérées comme étant de type "A" ou de type "B". « Une radio sera considérée de type "A" lorsque, au moment de l'attribution de la licence, il n'existe pas d'autres stations de radio AM ou FM autorisées à diffuser dans la même langue dans l'ensemble ou une partie du même marché » (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Avis public, mai 1992, p. 6). Dans ce cas, elle peut se comporter comme une station privée en matière de publicité commerciale. Par contre, dans un marché où il y a concurrence, les radios communautaires – considérées comme étant de type "B" – ne peuvent diffuser, pour l'essentiel, que des messages publicitaires à caractère institutionnel.

Mentionnons, par ailleurs, que les radios communautaires québécoises ont participé, en août 1983, à Montréal, à une première assemblée mondiale des artisans des radios de type communautaire. Quelque six cents personnes des cinq continents ont alors fait connaissance à l'occasion de l'Année mondiale des Communications, décrétée par l'Unesco (Lafrance, 1985). Lors d'une seconde assemblée, tenue, celle-là, à Vancouver, les participants ont esquissé les contours d'une organisation permanente. Celle-ci est née officiellement lors d'une troisième rencontre des artisans de la radio communautaire, à Managua, en 1988. L'Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (AMARC), organisme dont le siège social est à Montréal, a tenu son sixième congrès, en janvier 1995, à Dakar. Environ trois cents personnes, provenant de plus de cinquante pays, ont participé à cette rencontre.

Les télévisions communautaires⁵

Les statistiques, révisées au printemps 1996, par le ministère de la Culture et des Communications du Québec, révèlent l'existence de pas moins de 40 stations de télévision de type "Organisme sans but lucratif" (OSBL), indépendantes, sur le plan juridique, du câblodistributeur qui diffuse leurs émissions et quelque 68 stations de télévision communautaire ayant le statut de service offert par un câblodistributeur. Deux associations regroupent les artisans et responsables de la

télévision communautaire au Québec : le Regroupement des télévisions communautaires et locales ainsi que l'Association des programmeurs télévisuels du Québec.

Rappelons que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes a, dès 1975, favorisé le développement de la télévision communautaire en exigeant que les entreprises de câblodistribution les plus importantes lui réservent un canal spécifique : un canal offert comme d'autres canaux, avec l'abonnement de base. Le CRTC précisait même que "le canal communautaire" devait être considéré comme une sorte d'obligation sociale de base du détenteur d'une licence de télévision par câble (Caplan et

« *favoriser l'expression équilibrée de points de vue divergents sur différents enjeux publics* »

Sauvageau, 1986, p. 538).

Le Conseil, en fait, formule diverses attentes vis-à-vis des détenteurs d'une licence de télévision par câble. Parmi les obligations qui doivent être remplies par les câblodistributeurs – via le canal communautaire – on s'attend, en premier lieu, à ce que les détenteurs d'une licence favorisent la participation et la formation des membres de la collectivité et les encouragent à collaborer à la programmation communautaire. On s'attend également à ce qu'ils diffusent de l'information ayant trait à l'accès au canal communautaire et qu'ils fassent en sorte que cet accès ne puisse dépendre de relations avec un commanditaire ou d'autres formes d'appuis financiers. On s'attend, enfin, à ce que des mécanismes de rétroaction et de consultation soient mis en place en vue de mieux connaître les réactions et les besoins des téléspectateurs en ce qui concerne, entre autres choses, la programmation (Caplan et Sauvageau, 1986, p. 537-539).

Comme il en a sur le plan de la participation, le CRTC a un certain nombre d'attentes vis-à-vis des détenteurs d'une licence de télévision par câble au chapitre du contenu. Ainsi, les responsables du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes privilégient l'innovation et la créativité en ce qui concerne les concepts d'émissions retenus par les détenteurs d'une licence. Ils s'attendent aussi à ce que les responsables du canal communautaire favorisent l'expression – équilibrée – de points de vue divergents sur différents enjeux publics, diffusent des émissions reflétant la diversité culturelle d'une collectivité et assurent une bonne couverture des événements locaux (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Avis public*, juin 1991, p. 3-4). Sur le plan pratique, on relève que la programmation du canal communautaire ressemble, à maints égards, à celle des radios communautaires. Elle est variée, vise différents publics de la collectivité, et a très souvent un caractère local.

Outre les cotisations des membres, trois autres sources de financement assurent le développement du canal communautaire de la télévision par câble. En premier lieu, il y a la participation financière des détenteurs d'une licence qui doivent consacrer au moins 5% de leurs recettes brutes d'abonnement au canal communautaire. En deuxième lieu, il y a une certaine forme de publicité à

caractère institutionnel. Les recettes provenant de la publicité doivent normalement être réinvesties dans l'exploitation et le développement du canal communautaire. En troisième lieu, il y a l'aide gouvernementale qui a permis aux responsables de la télévision communautaire québécoise d'obtenir plus de 500 000 \$, en 1995-96.

Contexte d'émergence des médias communautaires au Québec

Au Québec, la filière des médias communautaires a pris naissance, dans le domaine télévisuel, à la faveur, notamment, du développement de certaines technologies. Sénécal (1995), qui a étudié différentes phases de l'évolution des médias communautaires québécois, met en relief l'utilisation des nouvelles technologies par des cinéastes de l'Office national du film du Canada, entre autres promoteurs du changement social. Sénécal (1995, p. 167) écrit : « *La petite histoire attribue l'origine de ce nouveau concept de "place publique" qui devient vite la télévision communautaire aux cinéastes de l'Office national du film et plus précisément au Groupe de recherches sociales. En repérage au Saguenay-Lac-Saint-Jean, ils utilisent alors une technologie vidéo nouvellement rapportée des États-Unis : le portapak, que vient de créer Sony en 1967 et qui ouvre la voie à l'expérimentation de la vidéo légère.* »

Sénécal précise même que les télévisions communautaires se développent, dès lors, autour d'un nouveau pôle technologique, soit « *une petite caméra noir et blanc, doublée d'un magnétoscope d'enregistrement sur bobine d'un demi-pouce* » qu'on peut jumeler « *à la technique du câble* ».

Le chercheur mentionne, par ailleurs, qu'outre les cinéastes, d'autres acteurs entrent en scène : les câblodistributeurs, qui se limitaient, à ce moment-là, à assurer la simple retransmission des programmes pouvant être captés par antenne. Or, les signaux diffusés proviennent alors « *presque tous des chaînes nationales et américaines* ». Et la programmation d'origine locale est quasi inexistante sur le câble.

Dans ce contexte, comme le relève Sénécal (1995, p. 167), à la nouvelle approche de la communication de certains cinéastes de l'Office national du film « *s'associera donc l'expérimentation d'une nouvelle forme de câblodistribution* ».

Rappelant, pour sa part, que dans le milieu scolaire de la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean, on venait de terminer un projet de télévision dite "éducative" et que dans le milieu du cinéma, on misait sur l'utilisation du film comme "outil d'intervention sociale", Girard (1985, p. 10) signale que les notions de démocratisation et de participation deviennent des concepts-repères fort importants ayant des retombées positives sur le plan de la mobilisation : « *Les premières expériences de télévision communautaire font donc tache d'huile : à la faveur des programmes gouvernementaux de lutte au chômage, de nombreuses communautés se dotent d'une TVC, puis des groupes de vidéo-animation se forment et des journaux*

« les responsables du CRTC privilégient l'innovation et la créativité »

communautaires paraissent. Le mouvement est lancé, on parle alors de médias communautaires. » En somme, comme l'indique Sénécal (1995, p. 178), cette première étape du développement des médias communautaires québécois constitue, une sorte de « rendez-vous de la nouveauté technologique, présente dans l'expérimentation d'une nouvelle génération de câblodistribution et de la domestication d'équipement vidéo allégé et peu coûteux, de l'intervention de théoriciens et animateurs sociaux et de la mise en place des grands projets d'animation de l'État ».

« **on prête parfois aux médias communautaires des vertus quasi mythiques** » Mais on prête parfois aux médias communautaires en émergence, considérés comme des instruments de changement social, des vertus quasi "mythiques". En témoigne, par exemple, le genre de traitement que le quotidien *Le Devoir* accorde, le

6 janvier 1971, à un reportage d'un journaliste-vedette montréalais, M. Louis Martin. Ce texte a pour titre : *Pour relever le défi du changement, une arme nouvelle... la télévision communautaire*. M. Martin, un journaliste de la presse audiovisuelle, est présenté comme un collaborateur spécial qui « rentre du Lac-Saint-Jean » où il a fait, dans le cadre d'une importante émission de Radio-Canada, un reportage sur la « télévision communautaire, considérée comme instrument d'éducation et d'information dans une région éloignée aux prises avec des problèmes aigus de dépeuplement et de développement ». Son texte débute de la façon suivante : « Si la télévision communautaire s'installe dans tous les villages et qu'arrive une autre crise ... politique grave comme celle que nous avons connue en octobre, eh! bien, ça sera la révolution partout en moins de cinq minutes. »

Un bilan des médias communautaires, tracé au milieu de la décennie quatre-vingt, souligne d'ailleurs la démesure de certains discours ayant accompagné l'émergence de ces médias au tournant des années soixante-dix. Giansetto (1995, p. 1) relève que tous les "enthousiasmes" et toutes les "critiques" à l'endroit des médias communautaires « étaient malheureusement quelque peu théoriques et ne devaient pas résister à l'expérience de faits qui se sont montrés, eux, de portée beaucoup plus modeste que ce que laudateurs et détracteurs pouvaient imaginer ».

Autre trait caractéristique du contexte d'émergence des médias communautaires québécois : le contentieux entre le gouvernement du Québec et celui d'Ottawa dans le secteur des communications. Sénécal (1995, p. 181) parle de ce contentieux de la manière suivante : « L'histoire du secteur des communications (...) a toujours été jalonnée d'une série d'accrocs qui ont exacerbé les rapports entre gouvernement fédéral et gouvernement provincial. Les revendications québécoises d'une certaine forme de décentralisation des pouvoirs du CRTC sont immédiatement considérées comme une contestation du gouvernement central, une menace contre l'unité canadienne, une manifestation du nationalisme québécois et une concurrence du service public de Radio-Canada. » Toujours selon Sénécal (p. 181-182), le gouvernement du Québec, qui tient à s'engager « dans les communications à caractère éducatif, local et communautaire » et qui lance même, dès 1973, un Programme d'aide aux médias communautaires, voit dans certains projets de communication « de nouveaux

instruments d'affirmation et de développement culturel, social et économique ». Voilà qui peut expliquer, par exemple, que la câblodistribution soit assez rapidement apparue au Québec, comme une sorte de « terrain vierge pour engager une nouvelle bataille » avec le gouvernement fédéral.

Sénécal (1995, p. 181) met bien en relief le caractère stratégique de la câblodistribution, qui est au cœur des relations difficiles entre Québec et Ottawa, dans le secteur des communications : « *De l'ensemble des litiges qui ont nourri la confrontation entre Québec et Ottawa, le cas de la câblodistribution est à lui seul d'autant plus éclairant qu'il implique ces nouveaux venus sur la scène québécoise des communications, les médias communautaires, et, plus précisément à cette époque, les expériences de télévision communautaire. Dès le milieu des années soixante-dix, l'accent mis sur ces expériences par la Régie des services publics, pendant québécois du CRTC, et par le ministère de la Culture et des Communications du Québec, pour contester la validité de la législation fédérale en matière de câblodistribution, confirme l'importance stratégique des écrans communautaires.* »

Mentionnons, par ailleurs, qu'après que le Québec soit sorti perdant de la "bataille de la câblodistribution", au milieu de la décennie soixante-dix, on assiste à l'essor des radios communautaires qui s'explique, dans une certaine mesure, comme l'essor des télévisions, par des facteurs d'ordre technique, en particulier les possibilités de la bande FM. Et l'on constate bientôt, d'après Sénécal (1995, p. 187), que le caractère local de ces médias communautaires participe, désormais, lui aussi, « *des stratégies québécoises face aux autorités fédérales* ». Les propos tenus, au début des années quatre-vingt, par le ministre québécois des Communications, au sujet d'une « *radio à l'image du Québec* » sont, à cet égard, fort révélateurs : « *Plus nous nous penchons sur le problème de la radio, plus nous constatons à quel point la radio est reliée à des problématiques locales tant sur le plan géographique, culturel et économique. Dans une telle perspective, nous croyons que seul le Québec est en mesure d'exercer pleinement et correctement chez lui la responsabilité qu'assume actuellement le CRTC qui ne peut couvrir un territoire aussi vaste et aussi diversifié que le Canada et comprendre adéquatement la spécificité québécoise* » (Jean-François Bertrand, ministre des Communications du Québec, cité par Sénécal, 1995, p. 188).

Le contentieux entre Québec et Ottawa, en particulier dans le secteur des communications, et le développement de certaines technologies pouvant être utilisées, entre autres choses, comme des instruments de changement social, sont, croyons-nous, des éléments très importants à avoir à l'esprit pour bien comprendre le contexte d'émergence des médias communautaires québécois, à la fin des années soixante et au cours de la décennie soixante-dix.

Il existe cependant d'autres facteurs qui méritent d'être pris en considération et que nous nous contentons de relever. Pensons à l'influence du vaste mouvement de contestation sociale en Occident, à la fin des années soixante ; aux rapports entre ce qu'on appelle le "centre" et les régions ; à la critique – parfois virulente – à l'endroit des médias traditionnels, notamment dans les régions

éloignées et les milieux défavorisés; à l'influence, au Québec, de la "contre-culture" nord-américaine ; aux retombées, toujours au Québec, du courant dit du *community development* lancé aux États-Unis ; etc.

Ce qui mérite aussi d'être souligné en ce qui a trait au contexte d'émergence des médias communautaires québécois, c'est l'existence de différentes façons de concevoir la notion de "communautaire". Ainsi, comme l'observe Sénécal (1995, p. 200) : « *Pour les médias communautaires, qui l'ont importée du domaine de l'animation sociale, cette notion définit d'abord un cadre d'action qui a comme scène le territoire local ou régional et comme protagonistes les laissés pour compte de la société et des médias. Dans ce sens, elle a une proximité idéologique avec ce qui est parallèle, populaire, alternatif, libre, ce qui relève de la contre-information ou de la démocratisation.* »

Par ailleurs, pour l'État, la notion de "communautaire" devient rapidement « un synonyme générique de social, collectif puis, pourquoi pas, national québécois et, finalement, étatique, par un subtil glissement idéologique au nom de l'intérêt général ». Pourquoi ? Parce que, dans le cas du gouvernement du Québec, le "communautaire" participe, entre autres choses, à « *la remise en cause des autorités fédérales sur la câblodistribution, aux côtés de la culture et l'éducation* » (Sénécal, 1995, p. 202).

En fait, le sens attribué au terme "communautaire" varie selon les acteurs qui l'emploient. Car, comme le relève Sénécal (1995, p. 200-201), il s'agit d'une notion qui, au fil des ans, en est venue à intégrer les diverses tendances pouvant être observées dans le « *mouvement de démocratisation médiatique* ». Et, de souligner Sénécal : « *Par effet d'entraînement ou par opportunisme, des expériences qui étaient d'abord définies comme des pratiques coopératives, alternatives, parallèles, ont adopté la terminologie vague et normalisée de communautaire, s'assurant ainsi du même coup une légitimité institutionnelle (...).* »

Éléments d'analyse et tendances

S'inscrivant dans le courant de la sociologie critique, comme d'autres chercheurs québécois (par exemple, Raboy, 1982 et 1991 ; Lacroix et Lévesque, 1985 ; Boyer, 1992) ou français (par exemple, Barbier-Bouvet, Beaud et Flichy, 1979) qui se sont intéressés à divers aspects des médias "alternatifs" et communautaires au Québec, Sénécal (1992, p. 234-236 ; 1995, p. 19-22) propose d'analyser le développement des médias communautaires à l'aide d'une grille faite du croisement de trois logiques d'acteurs : 1. la logique "marchande" sous l'angle de l'opposition à l'État et à l'insertion de la communication dans la sphère économique. Entre autres choses, cette logique « *s'articule à l'appropriation productiviste et mercantile de technologies de communication* » et favorise « *la marchandisation des biens matériels et symboliques* » ; 2. la logique "étatique", caractérisée par l'utilisation stratégique des médias pour encourager l'expansion du "territoire" contrôlé par l'État, qu'il s'agisse de l'État canadien ou de l'État

québécois, dans le cas des médias communautaires. Suivant cette logique, l'État vise « à ramifier, à accroître ou à légitimer ses pouvoirs au nom de l'intérêt public (général) dont il se dit le soutien (politique et financier) et le défenseur (juridique) ». Et les tenants de la logique "marchande" multiplient leurs efforts pour influencer sur les stratégies de l'État afin qu'elles leur « soient favorables et qu'elles ne s'interposent pas dans le processus de privatisation et d'internationalisation des moyens de communication » ; 3. la logique de la "réappropriation" des médias par les mouvements sociaux, laquelle s'est développée « par exemple dans les tentatives d'intervention des usagers dans la définition des politiques de radiodiffusion ou les expériences de sensibilisation du public à une réception critique des médias. »⁶

Aujourd'hui, pour reprendre les trois logiques de Sénecal, les tenants de la logique "marchande" mettent de l'avant, en raison, notamment, du contexte de restructuration économique et de mondialisation des échanges, la concurrence transfrontières et la création d'emploi. Les "entreprises" communautaires sont devenues, pour plusieurs d'entre elles, des unités de soutien ou de relance de l'emploi.

Quant à la logique "étatique", elle paraissait dominante et omniprésente jusqu'à récemment : le Canada a mis en place, il faut s'en souvenir, dès les débuts de la radio, puis de la télévision, un appareil bureaucratique imposant – pensons, par exemple, au CRTC – pour s'assurer, entre autres choses, que les médias électroniques servent prioritairement à sa construction comme État "national". Or, que peut-on constater depuis quelque temps? Que l'appareil de l'État s'ajuste, à grande vitesse, au contexte marqué par le néo-libéralisme et le post-modernisme qui balaient la scène politique canadienne depuis le tournant des années quatre-vingt-dix. Les politiciens consentent, à regret ou avec ostentation, au repli sur l'initiative privée – individuelle ou communautaire – aussi bien que sur le rôle actif des usagers-récepteurs, pour assurer le service public de l'information et la création culturelle. La réglementation et le soutien financier semblent fondre. Dans pareil contexte, les responsables des médias communautaires réagissent et se rapprochent, peut-on observer dans différents milieux, des élites politiques et économiques locales. Ils favorisent de plus en plus la promotion du commerce local et critiquent beaucoup moins qu'auparavant les valeurs dominantes. Un peu comme le font, par exemple, les responsables des *community newspapers*, dans les milieux anglophones.

Enfin, la logique de la "réappropriation" des médias par les usagers s'est insérée dans un nouveau paysage médiatique (Eudes, 1996 ; Tessier, 1996), caractérisé, entre autres choses, par la fragmentation des marchés. Dans la plupart des cas, les médias communautaires ont, semble-t-il, renoncé à devenir des médias vraiment différents – alternatifs – des médias du secteur privé ou du secteur public pour soigner "leur" clientèle naturelle. Ainsi, ils deviennent des médias, plus spécialisés que moins spécialisés, visant et mobilisant encore, dans

**« les entreprises communautaires
sont devenues des unités de soutien
ou de relance de l'emploi**

certains cas, les adeptes des groupes populaires, dans d'autres cas, ceux de la contre-culture (écologistes, adeptes du *new age*, tenants des médecines douces, etc.), dans d'autres cas encore – et ce sont les plus nombreux – visant et mobilisant ouvertement les acteurs sensibles à l'enracinement local ou régional⁷, dont les élites et autres personnes liées aux institutions et aux entreprises du quartier, de la ville, du village, de la région.

En somme, la trajectoire des médias communautaires du Québec a débuté par une abondante floraison au début des années soixante-dix, dans l'atmosphère de bruits et de passions qui était celle des contestations de tous genres de cette période. Les premières expériences se sont concentrées dans le domaine de la télévision, et par ricochet, de la vidéo-animation. Puis, après la défaite du Québec lors de la "bataille du câble", une seconde vague est apparue quand le gouvernement du Parti Québécois a choisi d'investir, cette fois, dans la radio communautaire. Ce choix s'explique, certes, par l'échec du Québec sur le front de la juridiction ayant trait à la câblodistribution, mais il avait sans doute aussi quelque chose à voir avec les possibilités de ce support technique et de son faible coût financier.

Le cycle actuel est plutôt caractérisé par le plafonnement des radios et des télévisions communautaires, ou plutôt, dans le cas de la télévision, d'une prise de relais par les entreprises privées de câblodistribution qui offrent un ou plusieurs canaux communautaires aux populations qu'elles desservent. Globalement, la télévision communautaire a sa place, dirait-on, dans un des créneaux de l'offre des câblodistributeurs, au titre d'un contenu spécialisé dans l'aide aux personnes handicapées ou défavorisées, dans les loisirs locaux et le plein air, dans les manifestations artistiques et artisanales, et, en général, dans un contenu d'intérêt local ou délaissé par les chaînes commerciales ou publiques-étatiques.

Il y a aussi une structuration des activités d'une multitude de publications locales et micro-locales, paroissiales et ethniques, autour de l'Association des médias écrits communautaires du Québec (AMECQ). De concert avec ce regroupement, le ministère québécois de la Culture et des Communications a entrepris, à la faveur des promesses électorales du parti au pouvoir, qui a relancé le programme d'aide financière aux médias communautaires (PAMEC)⁸, d'encourager l'informatisation et la mise en réseau électronique de ces petits journaux, la plupart mensuels ou bimestriels. Avec un regard sur Internet et la possibilité de mise en réseau...

En fait, la brève histoire des médias communautaires québécois s'insère dans un changement plus global de l'environnement des médias de masse dont l'évolution, au cours des trente dernières années, peut être caractérisée par deux traits : 1. la poussée vers la multiplication et la diversification de l'offre, cette évolution étant très nette en matière de télévision où le contrôle est graduellement passé des télédiffuseurs aux télédistributeurs : câblodistributeurs, propriétaires de satellites, etc. (Lacroix et Tremblay, 1991) ; 2. la recherche, par les producteurs, dans le cadre d'une approche de type marketing, d'une "fidélisation" des consommateurs à leur "produit".

L'histoire des médias communautaires peut très bien être lue dans cette perspective. Leur naissance apparaît alors comme l'une des pressions favorisant la diversification du "produit" en y faisant place à des points de vue, des thèmes, des sensibilités exclues des grands médias urbains, et notamment: le local et le micro-local, l'éthnique et le multiculturel, les bonnes œuvres et les bonnes causes, les religions et les problématiques dites "alternatives".

D'autre part, l'appel à la participation inhérent à l'option communautaire s'est affirmé comme une formule d'identification, une caractéristique d'une image d'entreprise et un mécanisme d'attachement à une entreprise en concurrence avec d'autres, sinon de mobilisation en sa faveur. La formule des médias communautaires semble ainsi se présenter sous l'étiquette générale de "l'économie sociale" (un concept actuellement très en vogue au Québec) où il joue le rôle de son équivalent sud-américain et africain : l'économie informelle comme outil de mobilisation – à un niveau local ou micro-sectoriel – des énergies collectives et des ressources rares en vue d'une performance accrue dans la compétition économique globale et dans la création d'emplois ■

Notes

1. Sur les médias francophones hors Québec, notamment les médias communautaires, voir pour un aperçu général : HARVEY, F. (1992); Alliance des radios communautaires du Canada (ARCC), Répertoire, 1996; WATINE, T. (1992), "Pratiques journalistiques en milieu acadien : une tradition militante", dans Harvey, F. (dir.) (1992), *Médias francophones hors Québec et identité*, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec
2. Les données sont tirées d'un document-synthèse produit par André Roy (1996), chercheur en communication et chargé de cours à l'Université Laval (Québec). Les principales sources de Roy sont l'*Annuaire des médias et de la publicité au Québec* (1995); le *répertoire Canadian Advertising Rates and Data* (1996); l'annuaire CCE Matthews (1996 et 1995); le rapport *Relevés statistique et financier de la câblodistribution 1990-1995* du CRTC (1996).
3. Les données auxquelles nous faisons référence dans cette section de l'article sont tirées des sources suivantes : le *Bulletin de l'Association des médias écrits communautaires du Québec* (mars et avril 1996); un *Rapport des rencontres régionales organisées par l'AMECQ*, en 1993; le document-synthèse de Roy (1996).
4. Les données auxquelles nous faisons référence dans cette section du texte sont tirées de : Caplan et Sauvageau (1986); d'un *Avis public* du CRTC (mai 1992); le document-synthèse de Roy (1996). Mentionnons par ailleurs que l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARCC), fondée en 1991, regroupe 24 stations desservant les minorités francophones de diverses régions du Nouveau-Brunswick, du Manitoba, de l'Ontario, etc. (ARCC, 1996). Précisons également que les communautés "autochtones" ont accès à quelque 180 stations de radios communautaires, dont 45 sont implantées sur le territoire québécois (Willet, 1996; ARCC, 1996).
5. Les données auxquelles nous faisons référence dans cette section de l'article sont tirées des mêmes sources que celles ayant été retenues dans le cas des radios communautaires. Au sujet des télévisions communautaires, Sénécal (1995, p. 194) souligne que deux types de télévisions communautaires existent au Québec, selon le Regroupement des télévisions communautaires et locales : « D'une part, les titulaires du canal local proprement dit, c'est-à-dire les TVC d'entreprise, et, d'autre part, les membres d'une communauté regroupés dans un organisme à but non lucratif, avec ou sans l'aide du propriétaire du câble. Ces derniers étaient environ une quarantaine répartis sur le territoire québécois au tout début des années quatre-vingt-dix. »
6. La grille d'analyse proposée par Sénécal se démarque, on l'aura vite constaté, des documents de promotion rédigés par certains tenants de la formule des médias communautaires qui, entre autres choses, postulent de manière trop inconditionnelle la valeur démocratique, *in se*, de la communication participative. Mais Sénécal rejoint, par ailleurs, à certains égards, la perspective de la "communication-pour-le-développement" mise de l'avant par l'Unesco au cours de la décennie soixante-dix. La revendication communautaire venue des usagers – de la base – peut être considérée comme une des formes de la

recherche d'une communication "horizontale", conviviale, par opposition à une communication "verticale", venue "d'en haut", très souvent présentée de manière "douce", sous le couvert d'une mission éducative. Ainsi, pour ne citer que cet exemple, on peut se demander si certaines discussions actuelles à propos d'Internet, discussions portant sur la liberté d'expression ou le rôle actif de "l'internaute", ne font pas écho à cette recherche d'une communication plus démocratique et à l'utopie d'une communication ouverte qui était au cœur de certaines expériences de médias communautaires, à la fin des années soixante.

7. À cet égard, le *Rapport de Caplan et Sauvageau* (1986) mettait de l'avant, rappelons-le, l'idée que les radios et télévisions communautaires devraient prendre la relève dans le domaine de la production "locale", production laissée quelque peu pour compte par des médias nationaux poussés par une logique de concentration de leur production dans les grands centres. Mais le fait de prendre la relève dans le domaine de la production locale ne veut pas nécessairement dire qu'un média peut-être considéré comme un média "alternatif" ou vraiment "communautaire". À ce sujet, lire Sénécal (1995, p. 200-205).
8. Sur les programmes d'aide gouvernementaux aux médias communautaires et aux organismes de défense des usagers des médias, voir, entre autres : Sénécal (1995, p. 161) ; Boutet (1992, p. 103-108) ; Stiles (1988, p. 14 et suivantes) ; Gouvernement du Québec, ministère de la Culture et des Communications, Direction générale des médias, *Étude d'évaluation du programme d'aide à la radio communautaire*, mai 1993, 33 pages ; Ministère de la Culture et des Communications, Direction des communications, *Médias communautaires. Programme d'aide 1996-1997* du ministère de la Culture et des Communications, Québec, 1996.

Bibliographie

- AMECQ (Association des médias écrits communautaires du Québec) (1994), *Le guide ressources de la presse communautaire*, Montréal.
- AMECQ (Association des médias écrits communautaires du Québec) (1993), *Rapport des rencontres régionales*, document-synthèse, Montréal, pp. 9-15.
- Annuaire des médias et de la publicité au Québec (1995), Montréal : SOP Média Services.
- ARCC (Alliance des radios communautaires du Canada) (1996), *Répertoire*, Ottawa, 62 pages.
- ARCQ (Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec) (1984), *Guide de la radio communautaire au Québec*, Montréal, 286 pages.
- BARBIER-BOUVET, J.-F. , P. Beaud et P. FLICHY (1979), *Communication et pouvoir. Mass-média et média communautaires au Québec*, Paris, Éditions Anthropos.
- BEAUCHAMP, M. (1974), *Initiatives militantes et communication*, Québec, Centrale de l'enseignement du Québec.
- BERQUÉ, P., FOY, E., B. GIRARD (1993), *La passion radio. 23 expériences de radios participatives et communautaires à travers le monde*, éditions Syros, Paris
- BERRIGAN, F. J. (1977), *L'accès à la communication. Quelques modèles occidentaux de médias communautaires*, Paris, Unesco.
- BOUTET, P. (1992), *Les politiques publiques du Gouvernement du Québec en matière de communication (1985-1990)*, essai de maîtrise en communication publique, Québec, département d'information et communication, Université Laval.
- BOUVETTE, L. (1973), *La télévision communautaire: analyse sociologique d'une expérience d'animation*, mémoire de maîtrise, département de sociologie, Université de Montréal.
- BOYER, J.-P. (1992), *Marchandisation ou démocratisation? Pour une "pol-éthique" de la communication sociale*, dans Thede N. et A. Ambrosi (dir.), *Petits écrans et démocratie*, Paris, Syros.
- Bulletin de l'AMECQ (1996), mai 1996, p. 2.
- Canadian Advertising Rates & Data (1996), Toronto : Maclean-Hunter, février et mars.
- CAPLAN, G., F. SAUVAGEAU (1986), *Rapport du groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services.
- COURON, J.-L. *Les médias communautaires* (1974), thèse de troisième cycle, Paris, École pratique des Hautes études.

- CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) (1996), *Relevés statistiques et financier de câblodistribution 1990-1995*.
- CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) (1991), *Avis public*, juin 1991, pp. 3-4.
- CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) (1992), *Avis public*, mai 1992, pp. 2-6.
- DEMERS, F. (1988), "L'accès aux médias pour les causes impopulaires. Le cas du Rassemblement populaire de Québec de 1977 à 1981", *Communication Information*, vol. 9, n° 2, pp. 85-108.
- EUDES, Y. (1996), "Mutation de l'industrie des programmes aux États-Unis. Des chaînes de télévision par centaines", *Le Monde diplomatique*, mars, p. 25.
- GIANSETTO, B. (1995), "Le mariage du petit écran et de la grande utopie" *Autogestion - Alternatives québécoises*, nos 20/21, p. 201.
- GIRARD, A. (1985), *Les télévisions communautaires au Québec*, Gouvernement du Québec, ministère des Communications, Québec.
- Gouvernement du Québec, (1993), ministère de la Culture et des Communications, Direction générale des médias, *Étude d'évaluation du programme d'aide à la radio communautaire*, mai, 33 pages.
- GRÉGOIRE, J. (1985), *La régionalisation de Radio-Québec : l'élaboration d'une politique*, thèse de doctorat, département de sociologie, Québec, Université Laval.
- GRÉGOIRE, J. (1976), *L'implantation de la télévision communautaire à St-Jérôme*, mémoire de maîtrise, département des communications, Université de Montréal.
- HAGEN, I. (1992), *Democratic Communication: Media and Social Participation*, in WASKO, J. and V. MOSCO (ed.), *Democratic Communications in the Information Age*, Toronto: Garamond Press, pp. 16-27.
- HARVEY, F. (dir.) (1992), *Médias francophones hors Québec et identité*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture.
- HÉNAUT, D. (1992), *L'expérience du programme Challenge for Change / Société nouvelle: le pouvoir de filmer sa propre histoire*, Thede, N. et A. Ambrosi (dir.), *Petits écrans et démocratie*, Paris: Syros, pp. 67-73.
- LACROIX, J.-G., B. LEVESQUE (1985), "Principaux thèmes et courants théoriques dans la littérature scientifique en communication au Québec", *Communication Information*, vol. 7, n° 3, pp. 152-211.
- LACROIX, J.-G., G. TREMBLAY (1991), *Télévision: Deuxième dynastie*, Montréal, Presses de l'université du Québec.
- LAFRANCE, J.-P. (dir.) (1985), *Les radios nouvelles dans le monde*, La documentation française, Notes et études documentaires, n° 4770, 128 pages.
- LARAMÉE, A. (1991), "Le dossier des communications au Québec : historique des relations entre Québec et Ottawa", *L'Action nationale*, vol. LXXXI, n° 9, novembre 1991, pp. 1165-1183.
- MacBRIDE, S. (dir.) (1980), *Voix multiples, un seul monde. Communication et société d'aujourd'hui et demain*, La documentation française, Nouvelles éditions africaines.
- MARTIN, L. (1971), "Pour relever le défi du changement, une arme nouvelle, la télévision communautaire", *Le Devoir*, 6 janvier 1971.
- Matthews CCE Directory/Annuaire CCE Matthews (1996), Toronto : Communication CCN, janvier.
- Matthews Media Directory/Annuaire Media Matthews (1995), Toronto: Communication CCN, juillet.
- Ministère de la Culture et des Communications, Direction des communications (1996), *Médias communautaires*. Programme d'aide 1996-1997 du ministère de la Culture et des Communications, Québec, 20 pages.
- RABOY, M. (1982), "Médias parallèles et mouvements sociaux au Québec", *Communication et information*, vol. 4, n° 2, hiver, pp. 21-31.
- RABOY, M. (1983), *Libérer la communication. Médias et mouvements sociaux au Québec, 1960-1980*, Montréal, Nouvelle Optique.
- RABOY, M. (1991), "L'économie politique des médias et le nouvel espace public de la communication", dans

- Michel Beauchamp (dir.), *Communication publique et société*, Chicoutimi, Gaëtan Morin, pp. 183-213.
- RABOY, M., A. ROY (1992), *Les médias québécois. Presse, radio, télévision, câblodistribution*, Boucherville, Gaëtan Morin éditeur.
- ROSS, V., H. TREMBLAY (1971), Animation sociale et solidarités de support dans l'expérience TEVEC, *Recherches sociographiques*, vol. XII, n° 1, pp. 77-91.
- ROY, A. (1996), *Connaissance des médias québécois*, document pédagogique, Université Laval, département d'information et communication, 73 pages.
- SÉNÉCAL, M. (1982), "Des médias alternatifs à la pratique alternative des médias", dans S. Proulx et P. Vallières (dir.), *Changer de société*, Montréal, Québec/Amérique, pp. 247-278.
- SÉNÉCAL, M. (1992), Alternatives en quête d'elles-mêmes?, Thede N. et A. Ambrosi (dir.), *Petits écrans et démocratie*, Paris : Syros, pp. 233-243.
- SÉNÉCAL, M. (1995), *L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie*, Montréal: Liber.
- STILES, J.-M. et J. LACHANCE (1988), *Histoire et situation actuelle de la radio communautaire au Québec*, Ontario Ministry of Culture and Communications, 110 pages.
- TESSIER, M. (1996), "Regard sur une télévision frénétique. Au Japon, l'âge du loisir permanent", *Le Monde diplomatique*, mars, p. 28.
- TREMBLAY, G. (1984), "Bilan de l'expérience des médias communautaires et alternatifs", *Actes des états généraux populaires sur les communications*, Institut canadien d'éducation des adultes, Montréal, janvier, p. 9-19.
- TREMBLAY, G. (1991), "La câblodistribution : pierre angulaire d'une politique de communication progressiste", *L'Action nationale*, vol. LXXXI, n° 9, novembre, pp. 1245-1258.
- WATINE, T. (1995), "Médias acadiens : fondements et limites d'une pratique journalistique militante", *Communication*, vol.15, n°2, pp.199-222
- WATINE, T. (1992), "Pratiques journalistiques en milieu acadien : une tradition militante", dans Harvey, F. (dir.) (1992), *Médias francophones hors Québec et identité*, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec
- WILLETT, G. (1996), *Aboriginal and Ethnic Information: the Situation in Quebec*, communication présentée à la 20e conférence scientifique de l'IAMCR/AIERI à Sydney (Australie), août, 25 pages.