

Mémoire présenté au Comité permanent  
du patrimoine canadien

**Cultiver la vitalité des médias dans  
les communautés minoritaires  
d'expression anglaise du Québec**

Présenté par  
le Quebec Community Groups Network

12 avril 2016

## **Introduction**

Le Quebec Community Groups Network, ou QCGN, est une organisation porte-parole à but non lucratif. Ce réseau est un centre d'expertise fondée sur des données probantes et l'action collective. Il est axé sur les enjeux stratégiques ayant une incidence sur le développement et la vitalité des communautés minoritaires d'expression anglaise du Canada, désignées collectivement sous le nom de communauté d'expression anglaise du Québec.

Nos 48 membres sont également des groupes communautaires à but non lucratif. La plupart d'entre eux fournissent des services directement aux membres de la communauté. Certains fournissent des services diversifiés à l'échelon régional. D'autres sont actifs dans l'ensemble du Québec dans des secteurs précis tels que ceux de la santé, des arts et de la culture. Parmi nos membres figure l'Association des journaux régionaux du Québec (AJRQ).

Le Québec d'expression anglaise est la plus grande communauté minoritaire de langue officielle du Canada. La première langue officielle parlée d'un peu plus de 1 million de Québécois est l'anglais. Bien que 84 % de notre communauté vive dans la région métropolitaine de recensement de Montréal, plus de 210 000 membres vivent dans d'autres régions du Québec.

## **Paysage médiatique**

Les Québécois d'expression anglaise ont toujours exprimé leur besoin impérieux et prioritaire d'avoir accès à de l'information dans leur propre langue (sondage CROP réalisé pour le Réseau communautaire de santé et de services sociaux [RCSSS], diverses années). Cette affirmation peut sembler quelque peu contradictoire dans un monde inondé d'informations de langue anglaise par CNN, le magazine *Time* et la profusion de films hollywoodiens. Une nuance importante est que les Québécois d'expression anglaise ont besoin d'informations dans leur langue concernant leurs propres communautés locales et régionales. Il s'agit là de quelque chose qui est de plus en plus difficile à obtenir de façon régulière dans le contexte de la francisation de la vie quotidienne au Québec et de la disparition des médias communautaires traditionnels.

Par le passé, les Québécois d'expression anglaise avaient accès à une multitude de médias locaux et régionaux. Toutefois, cela est de moins en moins vrai depuis que des tendances troublantes affectent le milieu médiatique; ce sont ces mêmes tendances qui ont donné l'impulsion aux présentes audiences. L'existence même d'institutions médiatiques établies de longue date, profondément enracinées dans nos communautés, semble maintenant

menacée. Un grand nombre d'entre elles ont déjà disparu. D'autres ont été transformées, et pas pour le mieux dans la plupart des cas.

Les médias d'information qui desservent actuellement le Québec d'expression anglaise comprennent :

- deux quotidiens (la *Montreal Gazette*, qui jouit également d'une importante présence numérique, et *The Record*, dans les Cantons-de-l'Est);
- plus de quatre douzaines de journaux communautaires, dont 30 appartiennent à l'AJRQ et dont certains sont des « encarts » dans des journaux communautaires de langue française;
- trois stations de télévision de réseau et des sites Web d'importance (la Société Radio-Canada, dont le réseau de langue anglaise s'affiche sous le nom de CBC, CTV et Global) ainsi que City TV;
- une télévision communautaire, qui connaît une renaissance récente à Montréal, voire ailleurs dans notre communauté en dehors de cette ville;
- des stations de radio qui offrent des nouvelles et des informations sur les actualités (CJAD, CBC);
- huit stations de radio communautaires et étudiantes (deux sont des radios étudiantes et deux autres sont des stations communautaires bilingues);
- une profusion de médias offerts uniquement sous forme numérique, comme MTL Blog et quelques « carrefours communautaires » qui permettent, dans les régions rurales, de combler le vide laissé par la disparition des journaux communautaires traditionnels.

### **Héritage des médias imprimés**

Même s'il est difficile de l'imaginer dans le difficile contexte actuel, pendant de nombreuses années, trois quotidiens de langue anglaise ont servi la communauté anglophone de la région de Montréal et des autres régions. Le *Montreal Herald*, fondé en 1811, a cessé ses activités en octobre 1957. Le *Montreal Star*, le premier quotidien de langue anglaise en importance de la région, a vu le jour en 1869, mais n'est plus publié depuis septembre 1979. La *Gazette*, fondée en 1778, a connu de beaux jours après la disparition du *Star*, mais l'ampleur et la profondeur de sa couverture ont grandement souffert ces dernières années de son inclusion au réseau Postmedia. Le modèle d'affaires des médias traditionnels imprimés semble compromis. Inexorablement, les ressources journalistiques ont été réduites, par vagues successives.

De nouvelles publications imprimées sont nées seulement pour échouer et finalement disparaître. En 1988 et en 1989, Québecor a brièvement publié le tabloïd *Montreal Daily*

*News*. Des journaux hebdomadaires parallèles – le *Montreal Mirror* et le *Hour*, qui offraient une importante couverture des actualités, mais qui étaient axés en grande partie sur la culture – ont vu le jour, se sont essouffés, puis ont disparu. Dans la région de Québec, le *Quebec Chronicle-Telegraph*, une publication au passé remarquable, a lutté pour sa survie et a plus récemment connu un certain renouveau. Le *Huntingdon Gleaner* a cessé ses activités en juin 2015 à titre de journal autonome, après 152 ans de couverture dans sa communauté. Il prend maintenant la forme d'un encart au milieu d'un hebdomadaire de langue française de la communauté voisine de Salaberry-de-Valleyfield. En octobre 2015, le *West Island Chronicle* et le *Westmount Examiner*, qui étaient alors devenus l'ombre d'eux-mêmes, ont entièrement mis fin à leur publication. Les journaux communautaires régionaux ont également souffert (et sont devenus des encarts) et ont vu leurs activités fortement réduites; beaucoup n'ont pas survécu.

### **Aperçu de la situation**

Des médias dynamiques, sains et diversifiés éclairent, stimulent, incarnent et font progresser le débat public. Ils servent également d'indicateurs de base de la santé civique de leur communauté. La libre circulation d'informations et d'opinions diversifiées catalyse et entretient la démocratie. Les médias locaux, reflet fidèle de leurs communautés, jouent un rôle essentiel en contribuant à soutenir les valeurs démocratiques; ils fournissent un cadre pour l'évolution de nos communautés.

Ces valeurs sont d'autant plus importantes dans les communautés que l'on qualifie de minorités linguistiques et culturelles. L'un des rôles et des mandats de Patrimoine canadien en matière de politiques s'exprime dans son engagement explicite à améliorer la vitalité de la communauté minoritaire d'expression anglaise du Québec (reflet de son engagement à l'égard de la communauté minoritaire d'expression française à l'extérieur du Québec). Cet engagement consiste notamment à « soutenir » l'expansion de ces communautés minoritaires, et nous estimons que la fourniture d'un accès aux informations et aux nouvelles dans la langue de la communauté constitue un élément important et fondamental d'un tel engagement.

C'est dans ce contexte que nous nous adressons à vous. **La difficulté, pour les Québécois d'expression anglaise, est de trouver des façons de favoriser, de soutenir et de faciliter la production de contenu médiatique de qualité, local et pertinent, alors même que de plus en plus de consommateurs de nouvelles se tournent maintenant vers les sources d'informations numériques.**

Même si les détails sont disponibles auprès de multiples sources, il convient de reconnaître que la diminution des ressources journalistiques à la *Montreal Gazette* figure parmi les sujets de préoccupation les plus manifestes de nos communautés. De même, à l'automne 2015, la

réduction des effectifs à Bell Média a mené, entre autres, à l'élimination fort médiatisée d'un poste de journaliste à temps plein au bureau du Québec de CJAD. Même si la CBC ne fait plus de compressions, ses perspectives sont restées quelque peu réduites jusqu'au tout dernier budget fédéral. À la télévision privée, les trois stations en direct privées de Montréal (CTV/CFCF de Bell, Global de Shaw et City TV de Rogers) semblent éprouver des difficultés; les chiffres indiquent que pour le premier semestre de 2014-2015, ces stations ont enregistré un chiffre d'affaires semestriel de 4 millions de dollars et des dépenses de 9,4 millions de dollars.

Il n'est pas facile de mettre la main sur les chiffres exacts des coûts en personnel des médias locaux. Carmel Smyth, présidente de la Guilde canadienne des médias, a dit au présent comité que depuis 2008, selon les estimations de la Guilde, les compressions ont entraîné la perte de plus 16 000 emplois dans les médias canadiens. Les statistiques pour le Québec et, plus précisément dans notre cas, pour les médias de langue anglaise au Québec ne sont pas faciles à obtenir, mais nous pouvons dire sans nous tromper qu'elles seront au moins comparables.

Les données empiriques sont toutefois convaincantes.

Il convient de noter que beaucoup de Québécois d'expression anglaise suivent régulièrement les nouvelles locales par l'entremise des médias de langue française. Cela est particulièrement vrai dans les régions où aucun média local de langue anglaise n'existe. Les médias de langue française ne sont pas à l'abri des tendances dominantes qui touchent le lectorat et la fragmentation.

### **Intensification continue des pressions financières**

Les tendances touchant les recettes sont claires, et sont parfois choquantes lorsque les chiffres sont disponibles. Les résultats financiers trimestriels annoncés par Postmedia jeudi passé sont indicatifs. Exprimés en pourcentage sur 12 mois, ceux-ci représentent un recul dans les deux chiffres. Les recettes des publicités imprimées, à l'exclusion de celles de la chaîne Sun, se sont établies à 18,3 % en deçà des recettes enregistrées un an plus tôt. Les petites annonces, qui jouaient autrefois un rôle central dans les recettes des journaux, se sont pratiquement évaporées. Les clients ont abandonné la publication d'annonces dans les journaux à but lucratif depuis que Craigslist, Kijiji, LesPAC et d'autres services semblables leur permettent de publier gratuitement des annonces pour l'achat et la vente d'articles, la location d'appartements, etc.

Qui plus est, les recettes du secteur numérique, autrefois vu par certains comme le salut des médias imprimés « traditionnels », déclinent aussi dans les faits, en chiffres absolus, pour les

sites exploités par des entreprises médiatiques enracinées dans les médias imprimés. Le dernier déclin trimestriel touchant les recettes générées par le numérique de Postmedia était de 4,2 %<sup>1</sup> sur 12 mois, si l'on exclut les acquisitions des journaux du Sun. Pour le dernier semestre, la baisse du chiffre d'affaires de la société attribuable au numérique a été encore plus marquée, s'élevant à 5,7 % (ou 2,6 millions de dollars).

De présentation simple, les nombreux sites Web qui sont disponibles peuvent donner une impression de croissance importante et en plein essor ainsi que d'une grande disponibilité du contenu en ligne. Ce sentiment est trompeur; il est clair qu'une grande partie du contenu est très majoritairement non local. De vastes portions de ce contenu offrent peu de valeur et sont consacrées à des titres légers concernant des célébrités, à diverses formes d'appâts à clics et à l'agrégation (et la réagrégation) de nouvelles d'autres sources.

Parmi les possibilités de nouvelles sources de revenus pour les médias traditionnels qui sont depuis longtemps l'épine dorsale du journalisme local et communautaire, les sites payants se sont révélés largement problématiques. Aussi, ce qu'on appelle « publicité native » ou « contenu commandité » – lorsqu'un annonceur précis achète directement du contenu de type rédactionnel – pose un certain nombre de problèmes sur le plan de l'éthique et du contenu.

Toutefois, il convient de noter qu'après une accalmie de près de 20 ans, de nouvelles mesures encourageantes pour la relance de la télévision communautaire de langue anglaise au Québec ont été prises. Depuis septembre 2015, Vidéotron diffuse 20 % de sa programmation de MAtv en anglais. Ce pourcentage reflète plus ou moins le poids démographique des locuteurs anglophones dans la grande région de Montréal. De plus, Bell Média a lancé un canal communautaire de vidéo sur demande (TV1) pour son service Fibe à Québec et à Montréal. On pourrait considérer ce service comme étant régional du fait que sa programmation est produite dans ces deux régions. Une partie de ce contenu est disponible sur YouTube, pour les membres de la communauté qui ne sont pas abonnés à Fibe.

En plus des émissions de nouvelles et d'actualités, la Mesure incitative pour la production de langue anglaise en milieu minoritaire du Fonds des médias du Canada a été bonifiée cette année de 500 000 \$, pour un total atteignant désormais 4,5 millions de dollars. Ce soutien devrait soutenir la production d'un plus grand nombre de nouvelles séries dramatiques, de documentaires et d'émissions pour enfants d'une valeur de plus de 50 millions de dollars au Québec d'expression anglaise dans la programmation télévisuelle de 2016-2017.

---

<sup>1</sup> *Postmedia Reports Second Quarter Results*, <http://www.postmedia.com/2016/04/07/postmedia-reports-second-quarter-results/>, consulté le 7 avril 2016.

## **Répercussions déjà visibles, mais à évaluer pleinement, des compressions de personnel dans les médias traditionnels**

Si l'on évalue la situation simplement, on constate que nos journaux sont beaucoup plus minces que par les années passées. Le nombre d'articles de fond a chuté de façon proportionnelle au fort déclin des placards publicitaires. Certains annonceurs – notamment les grandes marques de voitures – continuent d'acheter de la publicité dans les médias traditionnels. Toutefois, les petites entreprises et les entrepreneurs se tournent vers le secteur numérique et invertissent leurs dollars publicitaires dans le Web, dans Facebook et Google en particulier, pour plus d'efficacité. On dit généralement que chaque tranche de 7 \$ de recettes qui disparaît des médias imprimés est remplacée par à peine 1 \$ de recettes numériques.

Votre comité est naturellement déjà parfaitement au fait des effets qu'ont eus sur le contenu de fond, à ce jour, les vagues successives de réduction des effectifs rédactionnels. Il faut cependant le répéter : les médias traditionnels, qui représentent l'épine dorsale du journalisme solide, quotidien et local, ont été vidés de leur substance et n'ont pas été remplacés de façon adéquate dans les autres formes médiatiques. La baisse enregistrée dans la variété et la profondeur des reportages a été dévastatrice. Inexorablement, les circonstances ont favorisé la superficialité et une diminution constante de la diversité et de la profondeur de la couverture. Les articles nécrologiques de type journalistique, détaillés et soigneusement préparés pour les personnalités locales autres que des personnalités politiques sont peu nombreux et espacés. À quelques exceptions près, ces articles nécrologiques se limitent maintenant à des articles bouche-trou diffusés par des agences de transmission et se composent principalement de profils de sommités américaines récemment décédées, dont le texte est facilement disponible à peu de frais. Une telle tendance dans les médias locaux et régionaux, qui représentent l'enceinte de la mémoire communautaire, est révélatrice et désolante.

La couverture quotidienne des administrations municipales de petite et de moyenne envergure est un autre secteur qui a été largement mis à vide, sauf dans les cas de scandale ou de corruption. Les sources de nouvelles internationales sont nombreuses, mais il n'existe aucune autre source journalistique vers laquelle les citoyens peuvent se tourner pour obtenir des renseignements qui font autorité sur des questions d'importance pour nos localités.

Dans les médias à petite ou à grande échelle, l'érosion du personnel dont on a besoin pour assurer la production d'un contenu de qualité se poursuit. Ces derniers mois, une autre série de licenciements et de rachats de masse – à Postmedia pour le secteur des médias imprimés

et numériques et à Bell Média pour celui de la radiodiffusion et des médias numériques – a de nouveau fait trembler les fondations. Tous les effets doivent encore se faire sentir.

La réduction implacable d'une ressource communautaire qui sert de conduit principal à l'information se poursuit, en particulier dans le secteur des nouvelles locales. Cela fragilise la confiance que le public pouvait avoir à l'égard du fait que les questions d'importance pour les petites communautés feront l'objet d'un examen, d'une discussion et d'une diffusion exhaustifs. Le silence public qui a en grande partie entouré cette érosion – et nous précisons que les présentes audiences sont une exception notable – aurait été unimaginable il y a une dizaine d'années. Rappelons-nous la fureur qui a suivi, par exemple, à la fin de 2001, l'annonce des soi-disant « éditoriaux nationaux » par ce qui était alors la chaîne CanWest; cet élément avait alors mené à la création de l'enquête du Sénat sur les médias.

Les changements structurels auxquels nous faisons face sont beaucoup plus graves, fondamentaux et profonds que ceux que nous avons vu il y a 15 ans. Une grande partie de ces changements est déjà un fait accompli. Nous vous présentons plusieurs propositions simultanément, tout en reconnaissant que les mesures prises ne peuvent entraver ou compromettre les libertés traditionnelles de la presse. Vous conviendrez sans doute que cet enjeu est difficile et complexe, sans solution simple.

Pour évaluer adéquatement la situation à long terme, toutes les parties devront mieux analyser les ressources communautaires que nous avons déjà perdues et trouver un moyen de surveiller comme il se doit celles que nous perdrons vraisemblablement dans les années à venir. Notre réseau recommande donc que des ressources fédérales appropriées soient affectées à la surveillance annuelle des changements touchant le nombre de reportages, leur type et les lieux où sont menés les travaux de journalisme, de rédaction et d'autres activités médiatiques menés par chaque entreprise associée aux médias, dans tout le spectre des médias imprimés, radiodiffusés et numériques. Il convient de noter que les statistiques sur l'industrie canadienne du gouvernement fédéral sur l'emploi dans les industries de l'information et de la culture sont beaucoup plus diversifiées et ne fournissent actuellement pas d'informations suffisamment granulaires et détaillées. Ces chiffres devraient être compilés sur la base des équivalents temps plein et tenir également compte du statut de chaque poste (permanent ou pigiste). À l'aide de documents fournis par chaque entreprise, il faudrait établir un historique comparable remontant sur une dizaine d'années. On pourra ensuite analyser les chiffres historiques et actuels sous la lentille des langues officielles minoritaires pour évaluer adéquatement les répercussions à long terme de ces changements sur la vitalité de nos communautés.

## Répercussions sur la qualité et l'étendue de la couverture communautaire

Un autre changement structurel, qui nous a aussi été imposé récemment, doit faire l'objet d'un examen plus approfondi. Postmedia, qui publie la *Montreal Gazette*, est l'acteur médiatique ayant la plus grande empreinte dans le secteur des quotidiens au Canada et le joueur dominant de la presse d'expression anglaise au Québec. L'entreprise a pris une mesure aux multiples ramifications en centralisant largement les travaux de production et de révision de la plupart de ses journaux. (L'entreprise publie également les articles ainsi produits dans les sites Web de ses journaux.) Le choix des articles et le personnel qui produit chaque reportage ont aussi été considérablement réduits. Les personnes qui ont pris bon nombre de ces décisions ne vivent plus dans nos communautés étant donné que Postmedia regroupe maintenant les nouvelles nationales et internationales dans une section distincte. Pour les Québécois d'expression anglaise de Montréal et de la région environnante, cette section est incluse dans la *Gazette* et désignée explicitement comme un produit du *National Post*. Elle est toutefois conçue et produite ailleurs. Les répercussions sur l'emploi chez les journalistes locaux ont été drastiques. Compte tenu des tendances actuelles, cette approche pourrait bien annoncer d'autres centralisations à venir. Il convient de noter que cette section normalisée réservée aux nouvelles nationales et internationales est présentée, selon une approche identique, dans les quotidiens de Postmedia publiés ailleurs au Canada. Même si cette approche permet sans doute de substantielles économies d'échelle, les coûts pour des lecteurs exigeants, en particulier dans les communautés minoritaires de langue officielle, ne peuvent être ignorés ou écartés.

Il faut également envisager ce changement structurel dans une perspective à plus long terme. Il n'y a pas si longtemps, tous les grands médias de langue anglaise du Québec affectaient des journalistes législatifs à Ottawa et à Québec. Bien entendu, des enjeux tels que les répercussions de dispositions législatives étaient communiqués, examinés et évalués expressément pour le compte des Québécois d'expression anglaise et selon leur perspective. Cependant, les voix qui rendaient possible une couverture de cette ampleur se sont tues.

En ce qui concerne la tribune de la presse parlementaire à l'Assemblée nationale, l'incidence de la convergence sur la couverture télévisuelle et radiophonique a été spectaculaire. Tant le personnel que la couverture ont été fortement réduits. Par exemple, le service de langue anglaise de la CBC a déjà affecté quatre employés à l'Assemblée nationale : un producteur, un journaliste pour la télévision et un autre pour la radio ainsi qu'un reporter d'image. Maintenant, un seul journaliste est responsable de la télévision et de la radio, et il se passe de l'aide d'un producteur. À Bell Média, il ne reste qu'un seul journaliste pour produire les reportages pour la télévision et la radio. Par le passé, le journaliste de la télévision couvrait les actualités pour CTV, et un radioreporteur s'occupait de la couverture expressément pour CJAD. Au bureau de la Presse canadienne, le personnel journalistique d'expression anglaise a

été réduit de deux à un, puis à zéro. La Presse canadienne fait maintenant traduire les textes en anglais de ses journalistes avant de les diffuser dans son réseau, aux côtés des reportages du journaliste de la *Gazette*, qui travaille en solo à l'Assemblée nationale. En conséquence, le nombre d'articles d'intérêt concret pour la population d'expression anglaise du Québec est considérablement réduit. De plus, le *Globe and Mail* et le *Toronto Star* ont choisi de ne pas remplacer leurs journalistes à l'Assemblée nationale. Donc, pour cette raison, un nombre moindre de reportages sur les actualités politiques sont également produits pour expliquer les nouvelles du Québec d'une perspective anglophone au reste du Canada.

Pendant ce temps, ici sur la Colline du Parlement, certains journaux ont tenu depuis longtemps leurs propres bureaux parlementaires et produit un éventail plus complet de nouvelles politiques adaptées à leurs propres communautés. Ces nouvelles nationales étaient contrôlées, assignées, rédigées et publiées par les éditeurs dans chacune des villes qui étaient sensibles (et sensibilisées) aux intérêts de leurs lecteurs. Maintenant, non seulement le nombre de journalistes a été réduit, mais les équipes locales ne sont clairement plus en contrôle. On a déplacé ailleurs une grande partie des leviers décisionnels. L'élimination des reportages produits dans la salle de presse locale est également manifeste dans les sections des affaires, des loisirs et des sports de la *Gazette*.

L'imposition d'économies d'échelle similaires est, bien sûr, aussi très visible dans l'ensemble du secteur de la radiodiffusion. Pour nos communautés, l'élimination d'un radioreporteur de Québec expressément affecté à la radio CJAD de Montréal a marqué un tournant particulièrement inquiétant. À la télévision privée, l'utilisation de la technique de « l'écran vert » permet désormais à un studio de Toronto de diffuser certains bulletins de nouvelles locaux de Global TV pour Montréal. Et même là où les hebdomadaires de langue anglaise ont été « sauvés » par les chaînes de journaux de langue française qui en sont les nouveaux propriétaires (p. ex. *The Gleaner*), un volume croissant de leur contenu est tout simplement constitué d'articles traduits provenant du journal de langue française dans lequel ils sont publiés sous forme d'encarts – et ajoutons que souvent, les traductions ne sont pas très bonnes.

À la CBC, les émissions de radio du Quebec Community Network, destinées aux Québécois d'expression anglaise à l'extérieur de l'île de Montréal, ont été les premières et les plus durement touchées par les compressions ciblant les salles de presse régionales à l'extérieur de Montréal. La CBC, qui a déjà eu un radioreporteur de langue anglaise sur la côte de la Gaspésie, a menacé plus d'une fois de fermer son bureau de Sherbrooke et de supprimer une importante programmation régionale. À Montréal, parmi les compressions régulières de la CBC, mentionnons une réduction de moitié de l'émission Radio Noon de CBC Radio One, qui est passée de deux heures à une heure (il s'agit de la seule émission radiophonique régionale qui est diffusée durant les jours de la semaine dans l'ensemble de la province, si on omet la

région de l'Outaouais, couverte par Ottawa). Dans les conditions de sa licence, la CBC s'est engagée à ne pas dépenser moins de 6 % de son budget de programmation nationale de langue anglaise au Québec. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) s'attend aussi à ce que les productions indépendantes de la CBC destinées au Québec d'expression anglaise ne chutent pas en deçà de 12 % du budget national réservé aux productions indépendantes de la société.

La couverture des enjeux ayant des répercussions uniques sur la population d'expression anglaise du Québec – un type de couverture quotidienne approfondie qui ne peut véritablement venir que de sources médiatiques locales ou régionales – a été réduite et est gravement menacée. Il demeure de moins en moins de journalistes spécialisés qui disposent de suffisamment de temps et de ressources pour rédiger des articles détaillés et acquérir une expertise approfondie. L'éducation et les soins de santé, des compétences provinciales souvent en proie à la tourmente, viennent immédiatement à l'esprit parmi les principaux enjeux communautaires à couvrir. Ces enjeux ne sont pas les seuls. Cette couverture continuera-t-elle de s'éroder? Cela semble inévitable.

**C'est dans ce contexte que nous proposons des solutions possibles – ou, du moins, des moyens de limiter les dégâts.** Toute possibilité d'accorder des subventions commerciales soulève instantanément une série de nouveaux obstacles et problèmes épineux et doit être rejetée d'emblée. Les limites habituelles qui régissent l'interaction entre le gouvernement et les propriétaires de médias doivent demeurer et être respectées.

Cependant, il y aurait clairement des moyens **de favoriser et de faciliter la création de nouveaux médias communautaires en complément de la couverture locale déjà en place et d'aider à remplacer le contenu local devenu trop mince ou qui, bien souvent, a disparu.** Il vaudrait la peine de semer quelques graines pour qu'elles aient la chance de bourgeonner et de donner des résultats qui pourraient parfois être surprenants et inattendus, notamment dans le secteur numérique. Certains projets pourraient même contribuer à la croissance des médias locaux ou, encore, à établir une présence numérique. Comme cela arrive souvent avec les industries du numérique et de la technologie, certains échoueront vraisemblablement, à terme. Dans l'intervalle, ces projets pourraient offrir un contenu local de qualité, permettre aux journalistes en herbe d'améliorer leur expertise et leur expérience et, peut-être, inspirer la création de nouveaux projets présentant une plus grande viabilité à long terme. Après tout, l'histoire nous enseigne que les leçons que l'on tire de l'échec sont toujours les plus instructives.

Ainsi, nous proposons **d'élargir considérablement l'admissibilité aux mécanismes de soutien du Fonds du Canada pour les périodiques afin d'inclure les nouveaux médias numériques.** Il faudrait cependant que les ressources financières accessibles augmentent en

conséquence. Cela offrirait aussi des possibilités de collaboration entre notre communauté et les grandes institutions de langue officielle en situation minoritaire du Québec, comme la CBC, les universités et les collèges. Par exemple, avant de passer à d'autres médias, beaucoup de journalistes ont fait leurs premiers pas à la CBC, où ils se trouvent à recevoir une formation sur le terrain. On pourrait octroyer à la CBC et aux autres médias locaux des ressources pour financer des stages (payés) en coopération avec les programmes de journalisme et de communications des universités pour, au moins, aider à former de bons journalistes et ouvrir la porte à une nouvelle génération de journalistes actifs dans les médias locaux et communautaires.

De plus, la partie du Fonds stratégique de Patrimoine canadien habituellement allouée au développement des stations de radio des communautés de langue officielle en situation minoritaire, utilisée pour financer des études de faisabilité et 50 % des achats de matériel, est demeurée relativement inchangée depuis sa création en 1988. Ce fonds pourrait être réorienté afin d'inclure les nouvelles initiatives médiatiques communautaires, sans pour autant exclure la radio communautaire. En effet, en 2008, Patrimoine canadien a financé l'expansion d'un réseau novateur de microstations de radio communautaires<sup>2</sup>, le CRTC ayant reconnu que les règlements pourraient être adaptés pour qu'il soit possible de donner suite à cette approche innovante<sup>3</sup>. Toutefois, le financement n'a pas suivi aux échelons national ou régional, et aucune capacité ni ressource dans les communautés n'a pu être octroyée pour la poursuite de l'élaboration et de la mise en œuvre de ce projet.

**Les initiatives axées sur la collaboration**, qu'elles portent sur les médias traditionnels ou les médias communautaires, offrent également une voie prometteuse. Le projet MTL After Dark offre un exemple reposant sur les médias traditionnels. Cette initiative porte sur une collaboration entre le département de journalisme de l'Université Concordia et CBC Montreal. L'approche, fondée sur le travail de petites équipes, rend possible la publication de reportages élaborés au moyen de textes, de composantes audio et vidéo, de photographies, d'infographies et de cartes géographiques. Ces dossiers à saveur locale, montés par des étudiants en journalisme de premier cycle ou de cycles supérieurs, sont ensuite publiés par CBC Montreal<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Les microstations de radio offrent une approche différente en matière de radiodiffusion communautaire. Celles-ci sont exploitées à très faible puissance dans les régions rurales et éloignées, ont des installations de production limitées et sont reliées par Internet, leur programmation étant partagée avec d'autres microstations à partir d'un serveur central. Elles pourraient offrir un mélange de certaines émissions locales et d'émissions en provenance de centres de production en réseau; la programmation pourrait varier au gré de l'exploitant de chaque station.

<sup>3</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-499, articles 159-161.

<sup>4</sup> *Concordia University/CBC series explores Montreal's stories after sundown*, <http://www.cbc.ca/news/canada/montreal/montreal-after-dark-concordia-university-1.3514475>, consulté le 7 avril 2016.

Le financement de ces projets devrait passer par une tierce partie. Ainsi, le rapport du Sénat sur les médias d'information de 2006 recommandait **d'élargir la définition des fondations de bienfaisance afin que les médias à but non lucratif puissent être inclus dans cette partie du régime fiscal fédéral**. Notre réseau estime qu'il est plus que temps de le faire.

Parmi les partenaires/participants imaginatifs, on compterait des journalistes possédant un savoir-faire dans le domaine du numérique, au moins une ébauche de plan d'affaires et l'impulsion de créer leur propre créneau (de même qu'une source de revenus). Pour bon nombre d'entre eux, cela constituerait une première étape dans leur carrière, après leurs études, dans un secteur où les voies vers un emploi permanent sont désormais très restreintes au sein de nos communautés minoritaires et autres.

Les sites de « carrefour communautaire » en plein essor GOGaspe.com et ValleyJunction.ca, qui ont été créés par des particuliers locaux dans leurs communautés respectives (Gaspé et la vallée de Châteauguay), sont deux bons exemples de ce potentiel. Il s'agit de services communautaires en ligne à fins multiples, soit un « carrefour », présentant les informations et les événements qui concernent la communauté desservie. En se servant de l'Internet et des médias sociaux, ils visent à faire participer directement les résidents à tout ce qui se passe dans leur communauté. Les organismes communautaires peuvent y publier des articles et des rapports au sujet de leurs activités, on y trouve des petites et plus grandes annonces, on y regroupe en un seul endroit des informations sur des événements communautaires et on y présente des sections de publicités commerciales, de messages personnels et d'avis juridiques. Ces carrefours peuvent aussi profiter de la publication numérique pour fournir des informations et des nouvelles de dernière minute obtenues à partir des notifications des citoyens et ainsi tenir tout le monde au courant grâce à des liens vers des sites Web, Facebook et Twitter.

L'information et les liens communautaires sont disponibles à partir de ces sites web, mais on n'y trouve aucune (ou peu) de « nouvelles » comme celles auxquelles les communautés avaient préalablement été habituées à recevoir par l'entremise des reportages des journaux communautaires. D'autres sources de financement pourraient élargir ces initiatives. Avec une approche entrepreneuriale, de multiples sources pourraient être regroupées pour des projets particuliers. **Dans certains cas, le recours à une externalisation ouverte pourrait créer un effet de levier supplémentaire pour le financement**, le rendant complètement indépendant de tout gouvernement. De tels projets pourraient générer des résultats permanents très utiles et étonnants. Il est intéressant de se rappeler que le groupe de médias VICE, qui est maintenant un joueur important de l'industrie des médias, a été créé à partir d'un programme subventionné à Montréal, une publication imprimée qui, dit-on, devait s'appeler Voice jusqu'à ce qu'un imprimeur oublie de placer la lettre o dans le titre.

## **Renforcer les médias locaux**

Bien sûr, notre attention ne porte pas exclusivement sur le numérique. Les dépenses du gouvernement fédéral pour la publicité dans les journaux ont chuté dramatiquement au cours des dernières années. Selon un rapport, ce poste budgétaire est descendu à 357 000 \$ pour 2014-2015, tandis qu'il était d'environ 20 millions de dollars il y a une dizaine d'années. Pourtant, quatre Canadiens sur cinq continuent de lire un journal au moins une fois par semaine. Il y a manifestement lieu de restaurer de façon substantielle le placement publicitaire du gouvernement en mettant la priorité sur les journaux qui couvrent les actualités locales. Naturellement, l'on s'attendrait à ce qu'une proportion importante du revenu supplémentaire soit utilisée pour soutenir et améliorer le contenu éditorial local.

Il reste cependant une étape beaucoup plus importante à franchir. La CBC/Société Radio-Canada reçoit 946 millions de dollars par an, et une somme additionnelle de 60 millions de dollars annuellement lui a été promise, soit environ 1 milliard de dollars au total. Une bonne partie de ce financement stabilisé devrait être utilisée pour restaurer la couverture locale dans les régions. Les associations de journaux des communautés linguistiques minoritaires ont recommandé que 1 % de ce milliard de dollars, soit 10 millions de dollars, soit réparti de façon égale entre les journaux des communautés minoritaires et leurs associations afin de soutenir les services aux membres, la viabilité, l'éducation de même que la reconnaissance et la rétention des journalistes de langue anglaise et française. On pourrait explorer cette piste en vue de soutenir la survie des médias locaux, qui sont essentiels à la vitalité des communautés minoritaires de langue officielle.

Il s'agit d'une bonne suggestion de l'Association des journaux régionaux du Québec (AJRQ) et de ses contreparties francophones qui, selon nous, pourrait être élargie. En effet, nous suggérons la création d'une Fondation des médias communautaires, semblable à la Fondation des radios communautaires, qui aurait pour but de soutenir les médias communautaires dans toutes les plateformes et nouvelles entreprises médiatiques, comme celles mentionnées plus haut, et qui exigerait des médias qu'ils fournissent une preuve de propriété ou d'engagement communautaire pour leur accorder du financement. Cette mesure pourrait être jumelée à un fonds de stages subventionnés visant à amener les étudiants en journalisme et en techniques des médias à soutenir de telles initiatives. Cette dernière idée pourrait être structurée comme un programme gouvernemental d'emploi d'été ou de stage, semblable à Jeunesse Canada au travail, dans les deux langues officielles.

## **Élaboration d'une gamme de possibilités numériques (médias sociaux)**

Une gamme remarquablement étendue de modèles de journalisme communautaire est en émergence<sup>5</sup>. Toutefois, en revenant toujours au même thème, ces modèles sont vulnérables à la défaillance ou même à l'échec. Aux États-Unis, des projets d'actualités prétendument hyperlocales, établis et gérés par le *Washington Post*, le *New York Times* et le canal Gannett, ont tous été fermés.

Parmi les initiatives numériques ayant duré le plus longtemps au Canada, on compte The Tyee, qui fonctionne sur la côte Ouest depuis novembre 2003. Du point de vue du contenu, le site est remarquable. Cependant, il est à la fois instructif et préoccupant de noter que, selon ce site, celui-ci ne génère aucun profit. Une version plus récente d'un projet numérique semblable est l'initiative Canadaland à Toronto. Là aussi, le financement semble être difficile à obtenir. Ricochet constitue une autre initiative en ligne prometteuse mais périlleuse. La leçon est claire. Les solutions magiques n'existent pas. Bien sûr, il n'est non plus ni productif ni réaliste de les rechercher. Toutefois, les projets de ce type, en particulier ceux qui mettent l'accent sur les communautés linguistiques minoritaires, bénéficieraient grandement de l'élargissement du Fonds du Canada pour les périodiques vers un soutien aux divers mécanismes mentionnés précédemment.

### **Journalisme citoyen**

Toute forme de journalisme citoyen se doit d'être encouragée. Particulièrement en situation de crise, le flux de nouvelles de l'écosystème des médias fourni par Twitter et les autres médias sociaux est un service utile, mais qui doit être considéré strictement comme un supplément. En effet, il n'y a rien de gratuit, et l'objectivité et l'exhaustivité ne sont pas nécessairement des valeurs de base du journalisme citoyen. Il serait imprudent de se fier uniquement au journalisme citoyen pour fournir régulièrement les reportages étoffés, essentiels aux communautés locales, dont on a besoin, c'est-à-dire un type de reportage caractérisé par la continuité et l'engagement à l'égard de la recherche objective. Par nature, le journalisme citoyen est plus épisodique, et on ne peut pas toujours compter sur lui pour représenter fidèlement la compréhension partagée et l'histoire de la communauté.

### **Considérations particulières : communautés urbaines et communautés rurales**

Dans les régions, le service Internet à large bande demeure limité, comme l'indique une carte récemment publiée par le CRTC et produite à la suite d'une nouvelle audience sur les

---

<sup>5</sup> *With partnerships and young reporters, Chicago's City Bureau builds a collaborative community newsroom*, [http://www.cjr.org/united\\_states\\_project/chicago\\_city\\_bureau.php](http://www.cjr.org/united_states_project/chicago_city_bureau.php), consulté le 7 avril 2016.

services de télécommunications de base<sup>6</sup>. Ainsi, les options numériques fournies aux citoyens des régions rurales continuent d'être limitées. Le déploiement d'un accès complet et à coût abordable à des services Internet à large bande dans les régions rurales demeure une nécessité. L'engagement pris par le gouvernement fédéral actuel dans son récent budget de consacrer 500 millions de dollars à l'amélioration du service Internet à large bande dans les régions au cours des cinq prochaines années est encourageant; cependant, de telles promesses ont déjà été faites par des gouvernements précédents de diverses tendances politiques, sans grand effet. Il est donc essentiel de renforcer la notion que l'accès à des services Internet à large bande accessibles et adéquats dans les communautés rurales est un instrument important, voire essentiel, au développement des communautés minoritaires de langue officielle.

Nous nous devons aussi de ne pas ignorer la démographie. En effet, de nombreux citoyens plus âgés, étant davantage habitués à l'imprimé et à la télévision, sont en réalité coupés du discours démocratique véhiculé par les médias sociaux comme Twitter et Facebook, sans parler de l'accès étendu à la connaissance et à l'information disponible en quantité encyclopédique. Il est en outre intéressant de remarquer que plus d'un quart des citoyens anglophones du Québec sont des aînés. Le déclin de l'imprimé isole grandement ceux qui ne connaissent pas beaucoup les nouvelles technologies ou qui ne sont pas à l'aise avec elles.

Le Council for Anglophone Magdalen Islanders (CAMI) a récemment réalisé un projet de développement visant à déterminer la faisabilité d'établir un service d'information communautaire multimédia pour remplacer son défunt journal communautaire, *The First Informer*<sup>7</sup>. L'une des préoccupations particulières était de pouvoir bien servir la population aînée tout en profitant en même temps des technologies numériques et de la volonté de collaboration de la radio communautaire régionale d'expression française. Même si l'étude a démontré qu'une combinaison des services de nouvelles et d'informations communautaires provenant des médias imprimés, des moyens numériques et de la radio convenait bien pour répondre aux besoins des communautés isolées et était financièrement viable sur le plan opérationnel, l'organisme n'a pas été capable de générer les fonds d'investissement nécessaires ni de trouver du personnel compétent pour diriger le service.

La pauvreté en actualités locales est un problème propre aux Québécois d'expression anglaise qui habitent à l'extérieur des principaux centres de médias, en l'occurrence Montréal. Nous attendons les résultats du projet de recherche sur les actualités locales en cours à l'école de journalisme de l'Université Ryerson, qui vise à documenter la pauvreté en

---

<sup>6</sup> Couverture des services Internet à large bande au Canada, <http://www.crtc.gc.ca/fra/internet/internetcanada.htm>, consulté le 8 avril 2016.

<sup>7</sup> *Communications Planning and Development for the English-speaking Community of the Magdalen Islands - Phase 1* – Étude de faisabilité, août 2014

nouvelles locales dans les communautés situées à l'extérieur des principaux centres de médias du Canada. Comme première étape, le projet a lancé une carte participative afin de documenter les gains, les pertes, les augmentations et les réductions de services en ligne, à la radio, à la télévision et dans les journaux locaux<sup>8</sup>.

### **Aperçu pour les cinq à dix prochaines années**

Le destin ultime de la dernière tendance adoptée par les organismes de presse générale ou axée sur le patrimoine – soit l'utilisation d'une édition personnalisée sur tablette pour profiter des médias numériques – demeure incertain. Au Canada, cette approche est maintenant utilisée par La Presse+ à Montréal et, avec le produit Star Touch dans la plus grande ville du Canada, au *Toronto Star*. Nous remarquons que Postmedia a tenté une approche de tablette personnalisée dans beaucoup de ses journaux, mais à cause de la faible acceptation du marché, y a rapidement mis fin. Au début de 2016, la décision de *La Presse* de cesser la publication d'une édition papier chaque jour de la semaine (sauf le samedi) – et ainsi d'éliminer carrément les éditions papier du lundi au vendredi – peut aisément être interprétée comme un indicateur d'une tendance future possible, contre laquelle la *Gazette* de Montréal pourrait bien ne pas être immunisée. Un tel changement, associé aux effets d'une restructuration possible chez Postmedia, ainsi qu'il en est fait mention dans son plus récent rapport trimestriel, poserait des problèmes encore plus graves pour le lectorat de base de la *Gazette*, c'est-à-dire notre communauté linguistique minoritaire.

### **Les règlements sur la propriété étrangère méritent d'être reconsidérés**

Notre réseau n'adopte pas de position ferme sur la question de la propriété étrangère des médias imprimés. Toutefois, nous estimons que le sujet de la propriété étrangère en général mérite une étude exhaustive et professionnelle, qui tient compte du fait que Google et Facebook empochent les deux tiers des sommes dépensées pour la publicité numérique au Canada tout en ne faisant que très peu ou pas du tout d'investissement local et dans la communauté en retour. La question essentielle est de savoir comment les médias locaux et communautaires peuvent survivre et s'épanouir dans un contexte de changements financiers et technologiques importants et rapides.

### **Résumé et conclusion**

Il est difficile et sans doute irréaliste de croire que la tendance actuelle à l'érosion des médias communautaires classiques puisse être entièrement renversée.

---

<sup>8</sup> *New research project examines local news poverty*, <http://localnewsresearchproject.ca>, consulté le 7 avril 2016.

Les étudiants en histoire savent bien que des résultats inattendus ou des conséquences imprévues peuvent à la fois être éducatifs et avoir des effets colossaux. Après tout, l'Internet lui-même a débuté en tant que projet militaire du gouvernement américain. Nous croyons que les recommandations contenues dans le présent document contribueront à jeter les bases du travail nécessaire pour favoriser l'établissement d'une plus vaste gamme de médias communautaires solides à l'ère du numérique, en particulier parce qu'ils touchent les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM).

Nos propositions ont été conçues en fonction des minorités de langue officielle et dans un double but, de façon à ce que :

- la qualité et l'étendue de l'information publique s'adressant à nos communautés soient améliorées;
- leur mise en œuvre offre des occasions intéressantes à des journalistes et techniciens des médias brillants, imaginatifs et entreprenants et favorise l'adoption et l'évolution d'approches novatrices.

Nos recommandations ont été structurées de façon pratique et rentable, car nous souhaitons aider à la revitalisation des médias dans nos communautés locales en comblant au moins quelques-uns des fossés qui se sont creusés là où couverture et profondeur ont été perdues. Comblar ces fossés constitue un minimum nécessaire pour fournir aux CLOSM les nouvelles et les informations sur leurs propres communautés qui manquent ou sont déficientes, comme celles-ci l'ont répété plusieurs fois. De portée relativement modeste, ces solutions pourraient être rapidement mises en œuvre grâce à des modifications ou à des ajouts à des programmes déjà en place, puisqu'un certain travail de préparation et d'élaboration a déjà été entrepris. De plus, elles pourraient être assez rapidement rentables en ce sens que l'étendue et la qualité de l'information fournie aux minorités d'expression anglaise du Québec seraient améliorées. Nous croyons également que des solutions semblables pourraient aussi être étudiées en vue de leur adoption à l'extérieur du Québec.