



## L'autre façon d'écrire

Forts en contenu et de mieux en mieux distribués, les journaux communautaires ne peuvent plus être vus simplement comme une joyeuse et sympathique tentative de changer le monde. Le *Trente* vous présente trois acteurs de cette presse qui se targue d'offrir une alternative aux discours dominants.

**SANDRA FRIEDRICH**

**P**endant que les grands médias se contorsionnent pour se rapprocher du public, les médias communautaires et alternatifs, qui ne se sont jamais coupés du leur, profitent des nouvelles technologies pour accroître la diffusion et la portée de leurs messages. Malgré des moyens limités, si on les compare aux grands médias, leur tirage est loin d'être négligeable.

Ainsi, *L'itinéraire* est vendu à raison de 13 000 exemplaires deux fois par mois, *L'Aut'journal* revendique 35 000 abonnés mensuels, tandis que le bimestriel *Reflet de société* en compte 80 000. « On est axé sur l'humain, c'est pourquoi nous sommes lus par autant de monde », estime le directeur de *Reflet de société*, Raymond Viger. D'après lui, les sondages indiquent que 6 % de la population du Québec lit la revue. Cela correspond à 440 000 personnes. « On n'est pas dans une petite niche », explique l'éditeur.

**Sandra Friedrich est journaliste pigiste.**



Photo: L'itinéraire

Même s'ils reconnaissent qu'il est difficile de savoir combien de personnes ils atteignent, les responsables des publications indépendantes du Québec soulignent qu'ils ont fait la preuve de leur utilité et de leur viabilité, en misant sur la qualité du contenant et du contenu et sur la fidélité de leur lectorat. Et contrairement à ce que l'on voudrait faire croire, tous ne se voient pas comme des adversaires de la presse traditionnelle, mais bien comme des sources d'information complémentaires, répondant à d'autres objectifs et à d'autres besoins.

### **Une information qui remonte**

Selon le professeur Jean-Marc Fontan, du département de sociologie de l'UQAM, le succès de la presse alternative est principalement le fait de son contenu, qui se démarque de ce que l'on peut lire ailleurs. « Elle s'occupe du non-dit ou du non couvert par les autres médias. Et elle est porteuse d'un projet, d'une intention, ou d'une finalité sociale ou politique avant d'être économique », explique-t-il.

En théorie, dans ces médias, l'information part de la base, c'est-à-dire des gens et de la rue, et remonte jusqu'au journaliste. Ils se décrivent comme des médias citoyens de proximité, par opposition aux médias traditionnels qui puisent souvent leur information de sources officielles et la transmettent à la population.

Dans son ouvrage *Développer des médias citoyens*, Michel Pichette soutient que le modèle de fonctionnement de la presse de masse produit un espace médiatique réservé à une certaine élite. Sans qu'il y ait de grand complot, « ce sont souvent les mêmes personnes qui ont voix au chapitre. Un tout petit monde branché aux mêmes establishments, aux mêmes agences d'information et de relations publiques qui n'y associe que parcimonieusement le public », écrit-il.

À l'inverse, les médias communautaires renouvellent les pratiques journalistiques en offrant un espace d'expression à tous et en choisissant des angles différents. Ces médias essaient souvent d'être particulièrement attentifs aux exclus de la société — sans être voyeurs ou misérabilistes — et de débusquer des tendances. « On tente d'anticiper. On n'a pas le choix, car on écrit tous les deux mois. On est proche des gens, on répond à leurs besoins donc, on est en avance. Et on offre une compréhension de la société que l'on ne retrouve nulle part

**« Sans nous, il manquerait quelque chose. On contribue à la prise de parole de gens qui ne pensaient jamais s'exprimer. On touche le grand public et on reçoit beaucoup de sympathie des autres journalistes. »**

**— Audrey Côté, L'itinéraire**

ailleurs », explique Dominic Desmarais, journaliste depuis deux ans à *Reflète de société*.

À *L'itinéraire*, la direction écoute beaucoup ce que racontent les camelots. « Nous cherchons à montrer le positif des expériences des gens de la rue sans jamais raconter de façon dégradante », souligne Audrey Côté, qui croit que l'on ne se sert pas encore assez de ce qui émane de la rue. « Sans nous, il manquerait quelque chose. On contribue à la prise de parole de gens qui ne pensaient jamais s'exprimer. On touche le grand public et on reçoit beaucoup de sympathie des autres journalistes », souligne-t-elle.

Pour Raymond Viger, les médias communautaires ont le devoir d'aller à la rencontre des gens, de les écouter, « de s'asseoir avec les premiers concernés et pas avec ceux qui ne connaissent rien de la réalité ». « Moi, je vis avec les prostituées et les gangs de rue. J'en entends des histoires », dit-il.

Son journaliste Dominic Desmarais croit pour sa part que les petits médias indépendants jouent un rôle fondamental. « Il n'y a pas si longtemps, le journaliste traînait dans les cafés et écoutait les histoires de comptoir. Cette place est désormais occupée par les médias communautaires », note-t-il.

### **Plus proches... des primeurs**

L'ancrage local et social semble être un gage de survie pour les médias communautaires qui profitent de la concentration de la presse pour se développer dans des espaces laissés vacants.

« On fait jaillir une réalité que le système des grands médias a tendance à faire disparaître », croit la rédactrice en chef de *L'itinéraire*. Cela dit, plusieurs des bonnes histoires du journal dans la rue ont été reprises à la télévision.

Dans l'univers alternatif comme ailleurs dans l'industrie, chacun a son créneau. Selon Pierre Dubuc, dès son premier numéro, publié il y a 23 ans, *L'Aut'journal* a présenté « une information qui parle des luttes ouvrières et populaires, de luttes qui ne trouvent pas leur place dans les grands quotidiens ». Le rédacteur en chef est particulièrement fier d'avoir lancé le débat sur le scrutin proportionnel en 1998 et d'avoir contribué à donner naissance à différents mouvements, dont le Rassemblement pour l'alternative progressiste (RAP), ancêtre de l'Union des forces progressistes et de Québec solidaire, et les Syndicalistes et progressistes pour un Québec libre (SPQ-Libre).



### L'Aut'journal

- 23 ans d'existence
- Mensuel de 20 pages indépendant et progressiste, distribué à 35 000 exemplaires au Québec
- Budget annuel de 130 000 \$
- Aucun revenu publicitaire
- Un salarié et de nombreux collaborateurs bénévoles, dont Victor-Lévy Beaulieu, Léo-Paul Lauzon et Michel Chossudovsky



### Reflet de société

- Né en 1992, publié six fois par an sur du papier recyclé
- Aucune subvention et pas de publicité, si ce n'est, depuis peu, des échanges avec les magazines *Protégez-vous* et la *Gazette des femmes*.
- 80 000 abonnés
- 5,2 lecteurs/exemplaire
- 3 journalistes et un rédacteur en chef payés



### L'Itinéraire

- Bimensuel
- 3 ans d'existence
- 13 000 lecteurs/édition
- 8 pigistes actuellement
- 3 personnes à temps plein : adjoint à la rédaction, rédactrice en chef et infographe
- 140 camelots qui paient leurs journaux 1 \$ et les revendent 2 \$
- Ratio publicité-articles : 50 %-50 %

*Reflet de société* se vante de son côté d'avoir sorti neuf mois avant la presse commerciale l'affaire du Parc du Mont-Orford en envoyant un journaliste vivre parmi les gens, dans la région. « *Le texte a été publié en octobre 2005. Ça a été un très mauvais coup marketing, on était trop en avance* », raconte Raymond Viger. La revue a toutefois connu de beaux succès publics. Ses collaborateurs Patrick Alleyn et Benoit Aquin, qui ont publié dans les colonnes de *Reflet de société* en février 2006 un reportage photographique sur la lente reconstruction après le tsunami en Asie, ont été finalistes au concours de photos et d'illustrations Lux 2006 dans la catégorie « Reportage d'actualité ».

Ce type de travail de longue haleine est toutefois rare dans les petits médias. « *On a des coûts plus élevés et des moyens moins grands que dans les grandes entreprises de presse. Actuellement, on a des dépenses, mais on attire de nouveaux lecteurs, notamment grâce aux reportages internationaux. On espère rentabiliser le tout* », dit Raymond Viger.

*Reflet de société* paie ses collaborateurs, mais ce n'est pas le cas de la plupart des autres médias communautaires, qui survivent en grande partie grâce au bénévolat. À *L'Aut'journal*, personne n'est payé, sauf le secrétaire. *L'Itinéraire* ne vit que des subventions. Cette instabilité financière est une épée de Damoclès au-dessus des salles de rédaction. Souvenons-nous de *Recto Verso*, *La Vie en rose*, etc.

La précarité n'empêche cependant pas la presse alternative de rêver et de faire des projets. *L'Aut'journal* veut ainsi lancer un quotidien sur internet. « *Au départ, il s'agira de mises à jour quotidiennes. Les pages seront écrites par des journalistes aux quatre coins de la province. Les lecteurs enrichiront les articles* », explique Pierre Dubuc. Avec son équipe, le journaliste militant fait le pari d'un média d'envergure nationale qui diffusera des informations « *autres que néolibérales* ». -30-

23<sup>e</sup> édition

Prix

Journalisme en loisir

Conseil québécois du LOISIR

### BOURSES :

- Cinq bourses de 1 000 \$
- Cinq bourses de 200 \$
- Cinq bourses de 100 \$
- Une bourse de 500 \$ court reportage
- Une bourse de 250 \$ en cas de mention spéciale

### CATÉGORIES :

- Quotidiens
- Hebdomadaires locaux et régionaux
- Périodiques
- Télévision
- Radio

### ADMISSIBILITÉ :

- Être journaliste de la presse écrite ou électronique.
- Sont acceptés des documents traitant de loisir ou de sport amateur diffusés entre le 1<sup>er</sup> mai 2006 et le 30 avril 2007 dans un média qui diffuse au Québec.

### JURY :

- Le jury est indépendant et composé majoritairement de journalistes.

### CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Recherche
- Originalité du sujet
- Diversité des sources
- Qualité de l'écriture
- Apport à une meilleure connaissance du loisir

### DATE LIMITE D'INSCRIPTION :

15 juin 2007 (cachet de la poste).

### INFORMATION ET INSCRIPTION :

[www.loisirquebec.com](http://www.loisirquebec.com)

Organisé par :



Conseil  
québécois  
du  
LOISIR

Conseil québécois du loisir  
Téléphone: (514) 252-3132  
Télécopieur: (514) 252.30.24  
Courriel: [infocql@loisirquebec.com](mailto:infocql@loisirquebec.com)

Grâce au soutien :

MOLSON

Québec  
Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport  
Ministère de la Culture et des Communications