

QUATRIEME PARTIE

INFORMATION ET COMMUNICATION

LES MOYENS MODERNES DE COMMUNICATION AU CANADA.

par Jean CLOUTIER

J'ai eu rarement un sujet aussi vaste à traiter. Je me suis demandé s'il ne s'agissait pas d'une vengeance de M. Escarpit, en effet l'an dernier j'avais été à la fois promoteur et arbitre de ce que l'on a appelé le "combat du siècle", c'est-à-dire l'affrontement de Robert Escarpit et de Marshall McLuhan à la Foire internationale du livre de Montréal.

M. Escarpit sait mieux que quiconque que les moyens de communication sont sans doute les reflets les plus fidèles d'un pays, de ses structures, de son peuple, de son histoire, de sa vie. Or, s'il est un pays paradoxal, multiforme et ambigu, c'est bien le Canada, pays qui a douze chefs d'état, c'est-à-dire une reine et onze vice-reines, onze chefs de gouvernements, c'est-à-dire onze premiers ministres, plus de trois cents ministres, pays qui renferme deux nations sans compter les autres, qui a une constitution anglaise, toujours à Londres et qu'on est incapable de rapatrier et pour une fois, ce n'est pas à cause des Anglais; qui a un corps et des intérêts américains — par pudeur, on dit généralement nord-américains pour se distinguer des frères états-uniens qui ont accaparé le mot américain à leur usage exclusif — pays dont le cœur ambivalent est déchiré entre de nombreuses fidélités européennes, la plus ancienne est française, la conquérante est anglaise, les nouvelles sont allemande, grecque, italienne, lithuanienne, etc.

Je dois traiter de ce "miroir équivoque" que sont les moyens de communication canadiens et l'expression n'est pas de moi c'est le titre du rapport du comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse, devant des collègues français et ce, en présence de l'Ambassadeur du Canada, du Consul général, des Conseillers culturels canadiens en Europe. Il est difficile de présenter aux uns ce que les autres connaissent, et les jugements que je porterai seront à leur tour jugés. Je ne ferai pas une sociographie des média canadiens, d'une part parce qu'elle n'existe

pas comme telle et que je n'ai pas la compétence pour l'établir et d'autre part parce qu'elle serait vite fastidieuse à présenter. Je vais plutôt tenter une grande synthèse, superficielle mais commentée, de l'ensemble des moyens modernes de communication au Canada.

CARACTERISTIQUES DES MEDIA CANADIENS.

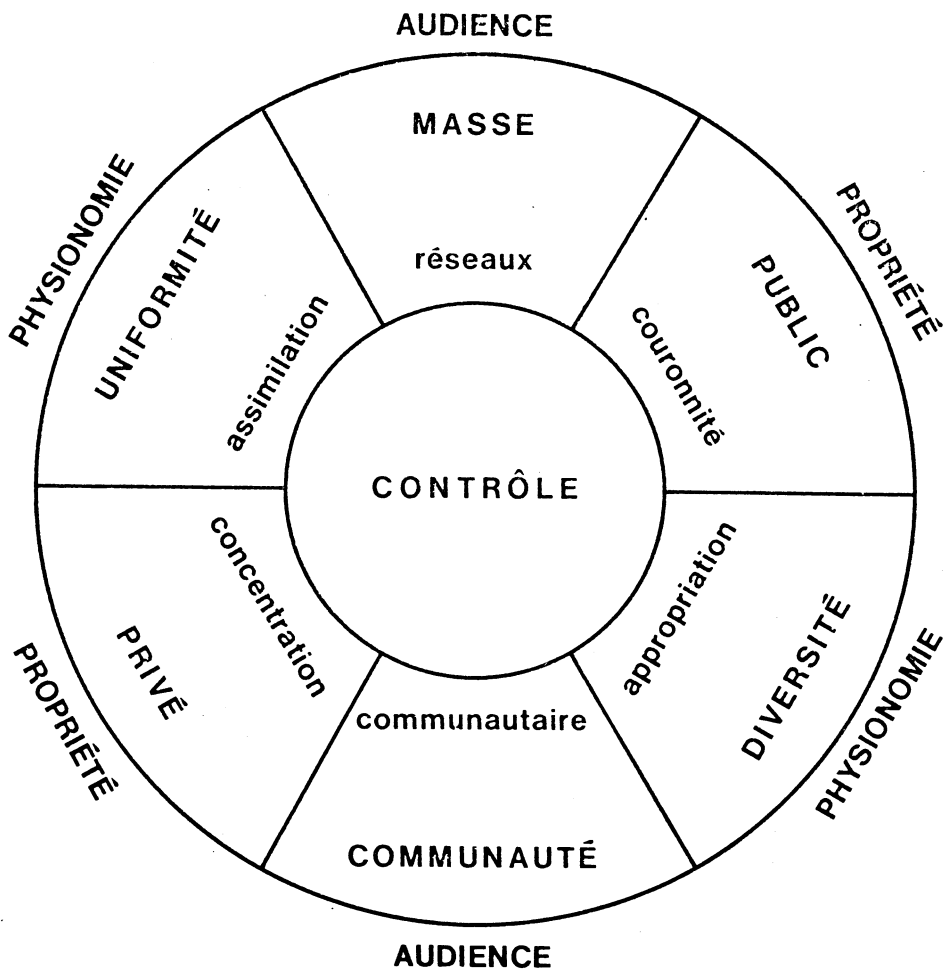
Avant de présenter les média eux-mêmes, je vous propose une grille d'analyse, je devrais plutôt dire un "disque d'analyse" (voir tableau I). Cette grille ou disque tient compte de l'ambivalence qui caractérise le système canadien de communication de masse. Elle fait état de la propriété des entreprises de communication, de leur audience et de leur physionomie. Chaque principe est double et comporte en quelque sorte sa thèse et son antithèse qui sont régies par divers mécanismes de contrôle. Etudions un peu plus en détail chacun de ces caractères que nous appliquerons éventuellement lors de notre analyse des média canadiens.

— *relativement à la propriété :*

Existent en cohabitation, un double système de propriété publique et de propriété privée et cela dans presque tous les média. Cependant il ne faut pas confondre propriété publique avec l'Etat lui-même. Il y a le fameux principe de la "couronnité" qui entre en jeu. En effet les compagnies de la couronne (c'est ainsi que selon la bonne tradition britannique se nomment les corporations publiques) ont un mode de fonctionnement assez semblable à celui de l'entreprise privée et une relative grande autonomie par rapport à l'Etat. Par tradition, une compagnie de la couronne est plus indépendante envers le gouvernement que n'importe quelle institution publique dans un pays européen pour ne pas dire en France.

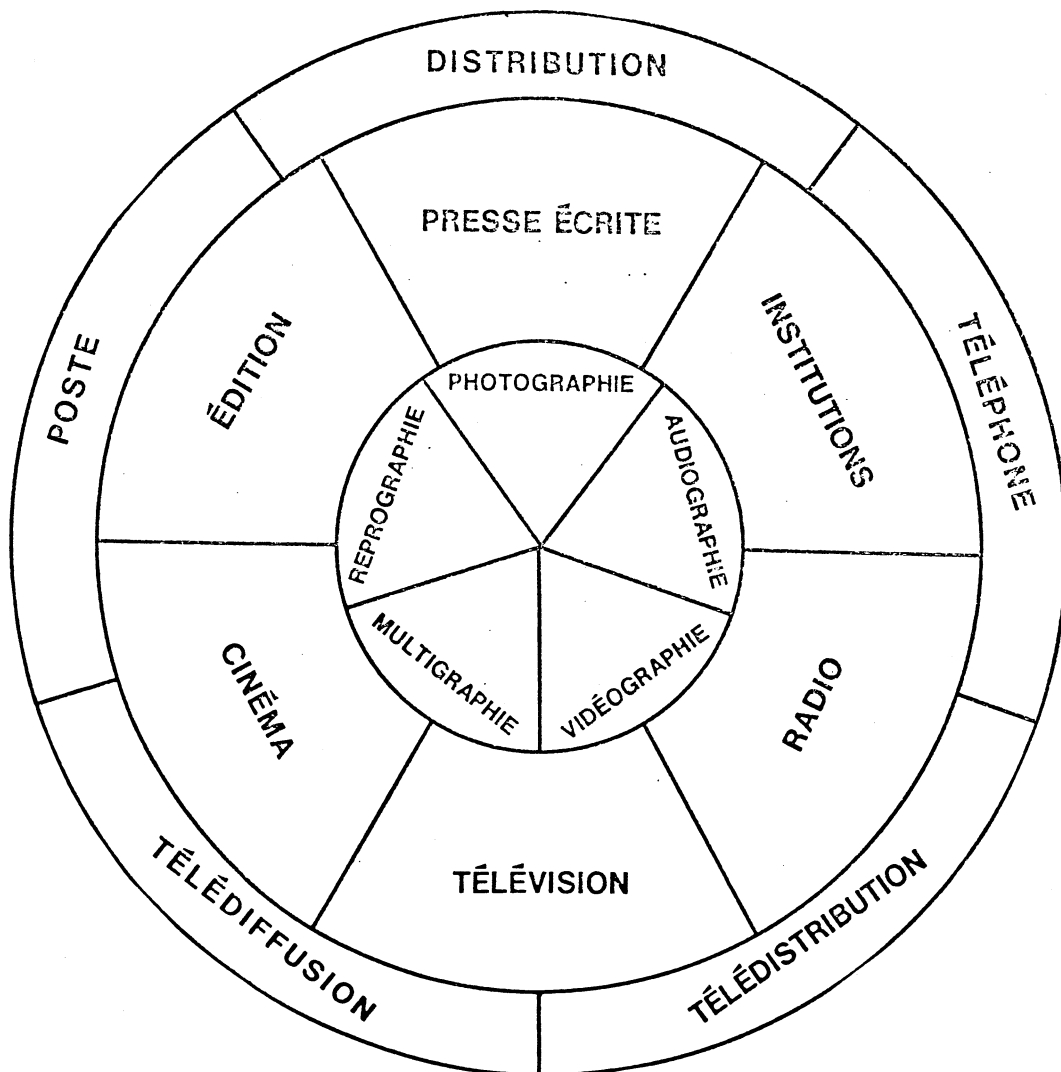
Par ailleurs, l'entreprise privée qui était autrefois multiple et garantissait la diversité, est aux prises avec le nouveau phénomène de la concentration. L'analyse de ce phénomène était d'ailleurs l'objectif principal de l'étude du comité de Sénat dont je vous ai parlé. Cette dualité public-privé n'est pas typique des média de communication mais elle est caractéristique du Canada. On a ainsi l'exemple fameux dans le domaine des transports, des chemins de fer et de l'aviation, que se partagent le Canadien Pacifique et le Canadien National, Air Canada et CP Air. Cependant, le ou plutôt les gouvernements exercent un certain contrôle aussi bien auprès des compagnies de la couronne que des compagnies privées. Et l'on verra lors de l'étude de chaque médium comment s'exercent ces contrôles.

TABLEAU I
CARACTERISTIQUES DES MEDIA CANADIENS DE COMMUNICATION



TABEAU II
CLASSIFICATION GENERALE DES MEDIA DE COMMUNICATION

Cercle extérieur: télé-média
Cercle median: mass media
Cercle extérieur: self-média



— *relativement à l'audience des média:*

Ici aussi s'exerce une double tendance, les média de masse s'opposent en quelque sorte aux média de communauté. C'est la centralisation versus la décentralisation. La situation est très différente de ce qui existe en France. Nous verrons plus en détail lors de l'étude de chaque médium, les forces en présence. Les média de masse s'adressent à des publics nombreux non ou mal identifiés tandis que les média de communauté ont une diffusion précise, identifiée soit en terme quantitatif (petit tirage), géographique (territoire précis) ou qualitatif (public déterminé).

Les média de masse tendent à se développer en réseaux (c'est vrai en radio et télévision surtout) tandis que les média de communauté ont une certaine tendance à devenir des média communautaires. La distinction entre média de communauté et média communautaires vient essentiellement des types différents de communicateurs ou d'émetteurs qui les utilisent. Dans un cas, ce sont des professionnels dans l'autre, ce sont les gens eux-mêmes qui tendent à s'approprier les média. Le Canada mais surtout le Québec constitue actuellement un terrain privilégié d'étude du phénomène des média communautaires.

— *relativement à la physionomie des média:*

Les média canadiens sont multiples et diversifiés. Cela provient d'une grande différence entre les média de langue française et ceux de langue anglaise. Cette diversification a amené les francophones à s'approprier des média nord-américains pour en faire quelque chose qui leur soit propre. Ainsi Radio-Canada fait partie de l'histoire récente du fait français et est indissociable des mouvements québécois. La petite presse locale hebdomadaire est unique en son genre au Canada et une télévision de type communautaire se répand. Il y a une créativité parfois très grande. Cependant à cette diversité s'oppose l'uniformité. C'est vrai tant au Canada anglais qu'au Québec. L'influence américaine est très grande, bien des publications sont ternes ou ne sont que des copies des média américains, souvent ce sont les organes eux-mêmes (Times, les postes américains de T.V.) qui desservent les besoins d'information d'une grande partie de la population. Cette uniformité débouche vite sur l'assimilation par cette espèce de culture américaine qui est nôtre. Le Canada anglais est encore plus menacé que le Canada français dans ce domaine et ce n'est pas peu dire. Là aussi s'exercent certains contrôles. La nouvelle loi qui vise les éditions canadiennes des magazines américains en est l'exemple le plus récent et certains diront le plus dur. Il est évident que ces contrôles iront en se durcissant afin de préserver l'identité canadienne.

MEDIA DE COMMUNICATION

Nous avons maintenant établi un certain nombre de principes qui régissent les média canadiens. Mais avant d'étudier ceux-ci en détail, il nous faut construire un système de classification des média technologiques de communication. Trop souvent on ramène la notion de média de communication uniquement à la presse écrite, à la radio, à la télévision et au cinéma. A mon sens c'est une erreur, l'ensemble des moyens de communication est beaucoup plus complexe, aussi je propose un tableau général des média de communication (voir tableau II). Ce tableau partage les média en trois grandes catégories: les télé-média (cercle extérieur du tableau), les mass média (cercle médian) et les self-média (cercle intérieur).

LES TELE-MEDIA sont les canaux de transmission, ce sont ceux qui assurent la diffusion de l'information, ce sont les grands systèmes de télé-communication qui influencent le développement de tous les autres moyens de communication. J'en distingue cinq catégories: *la poste*, l'un des premiers qui favorise non seulement les échanges interpersonnels mais aussi la diffusion des livres et des journaux; *la distribution*, c'est-à-dire les différents mécanismes de distribution comme les messageries et les réseaux d'exploitation des salles de cinéma; *le téléphone* dont le rôle est bien connu, *la télédistribution*, c'est-à-dire, les systèmes de télé-communication par câbles ou réseaux de micro-ondes qui permettent les télex, les télégrammes, les téléscrip-teurs, la télé-informatique etc... et qui s'incarnent dans le câblo-distribution et enfin la *télédiffusion* qui utilise les ondes pour émettre des messages multidimensionnels capables d'être captés par tous et qui assurent le rayonnement de la radio et de la télévision.

LES MASS MEDIA sont les grands moyens d'information, ceux qu'il n'y a pas si longtemps on appelait les moyens de diffusion collective. Outre les quatre grands, *presse écrite*, *radio*, *télévision* et *cinéma*, j'ajoute *l'édition*. Il est essentiel d'inclure non seulement l'édition traditionnelle de livres, mais également toutes les formes de production de documents tel l'édition sonore (les compagnies de disques) et de plus en plus les éditions audiovisuelles (notamment dans le domaine éducatif). Dans la catégorie des média de masse, j'inclus également les *institutions* dont le rôle est la diffusion de la connaissance, de l'information et de la culture; ce sont essentiellement les institutions d'enseignement et les institutions culturelles, bibliothèques, musées, maisons de la culture, etc.

Enfin il y a, ce que j'appelle, les *SELF-MEDIA*. Il s'agit d'une catégorie de média que j'ai personnellement identifiée et baptisée et qui, selon moi, doit figurer dans une typologie complète des média. Je sais pourtant que Robert Escarpit déteste cette expression, il a même dénoncé "ce barbarisme très dans le vent" dans un de ses billets du *Monde*. En fait ces self-média sont devenus possibles grâce à la technologie légère qui donne accès aux différents langages audio-scripto-visuels qui étaient jusqu'alors l'apanage des mass média. (L'audi-scripto-visuel est un autre de mes néologismes qui, lui, m'attire des réactions d'un autre Bordelais, René de la Borderie qui préfère sa jolie expression de verbo-iconique.... mais il s'agit là d'un sujet différent!).

J'ai identifié cinq self-média qui constituent des moyens d'expression et de communication de groupe et qui rendent possible les média communautaires tout en pouvant être récupérés par les mass média. Ce sont: la *photographie* avant tout moyen de communication interpersonnel, l'*audiographie* fruit du magnétophone qui donne accès au langage sonore, l'*audiovidéographie* qui grâce à la vidéo légère et au film 8mm permet de construire des documents audiovisuels, la *multigraphie* qui, par l'utilisation de multi-média, rend possible des communications audio-scripto-visuelles, pratiquement omni-sensorielles et la *reprographie*, l'équivalent de la "xérogaphie" qui, comme dit McLuhan, permet à chacun d'être son propre imprimeur. Voilà complétée, notre typologie des média, il faut maintenant utiliser nos deux tableaux (ou plus exactement) nos deux disques pour étudier les média canadiens.

MEDIA CANADIENS

LES TELE-MEDIA

Notre étude des caractères des média canadiens, j'aurais envie de dire, notre étude caractérielle de chacun, débute par les *télé-média*. La *poste* et le *téléphone* sont en France mariés pour le meilleur et le pire..., pour le pire sans doute en ce qui concerne le téléphone. Au Canada, le téléphone, entreprise rentable, appartient presque exclusivement à l'entreprise privée. Le phénomène de la concentration joue à plein, car une grande compagnie possède pratiquement tout l'ensemble du réseau, du moins dans l'est du pays. Le gouvernement n'assure qu'un contrôle de type économique sur les redevances exigées des utilisateurs, qui incidemment sont les plus fidèles au monde. Vous savez sans doute que le Canadien est le citoyen du monde qui passe le plus de temps au téléphone, peut être à cause de l'hiver, à

moins que ce ne soit par suite de l'efficacité du service qu'il reçoit. On ne pourrait pas en dire autant de la poste qui, elle, est administrée directement par le gouvernement. Les mauvaises langues font des comparaisons qui ne sont pas à l'honneur de la poste dont le service semble se détériorer progressivement et l'entreprise privée en profite pour authentifier certains stéréotypes... Le téléphone a un impact très grand sur la radio depuis l'avènement des lignes ouvertes qui permettent aux auditeurs d'exposer leurs points de vue sur les ondes. Par contre la poste a moins d'influence sur la presse écrite ou sur l'édition qu'en France les journaux ne sont pas massivement diffusés par abonnement et il y a relativement peu de livres vendus par correspondance.

Les circuits de distribution sont les mécanismes de diffusion des média de masse basés sur la production de documents, le journal, le livre, le disque, le film. Les messageries de presse sont donc des télé-média. Il n'y a aucun doute que l'édition québécoise a été longtemps entravée par le manque de réseaux de distribution et on se souvient de la campagne menée il y a une dizaine d'années contre la société Hachette qui monopolisait une grande partie du marché du livre. Depuis, les principaux éditeurs ont organisé leurs propres agences de distribution tout comme le faisaient autrefois les journaux. Il n'y a pas dans ce domaine d'intervention de l'Etat, directe ou indirecte, et même si la situation s'améliore, elle n'est pas encore parfaite. Le même problème des réseaux de distribution se pose pour le cinéma. Ainsi, la production de films canadiens a toujours été défavorisée par la difficulté de diffusion. Deux grands circuits de distribution se répartissent les salles de cinéma, l'un au service des films français et l'autre des films américains. Les cinéastes canadiens et particulièrement québécois réclament des mesures protectionnistes des gouvernements pour protéger leur industrie contre l'envahissement étranger.

Enfin, il y a les systèmes de télé-communication que je partage en *télédistribution* et *télédiffusion* pour marquer la différence entre les systèmes omnidirectionnels utilisant les ondes ouvertes de radiodiffusion par opposition à ceux qui utilisent des circuits directionnels par câbles ou par micro-ondes. La télédiffusion est contrôlée par le Ministère fédéral des communications en collaboration avec le Conseil de la radio-télévision tant pour le secteur public que privé. Dans ces cas, les émetteurs appartiennent généralement aux stations elles-mêmes, privées ou publiques. Le CRTC est donc un organisme de contrôle tout à fait original mais dont le rôle commence à être contesté par les provinces dès qu'il s'agit

de câblo-distribution. En effet, les provinces admettent la juridiction fédérale sur les ondes mais contestent cette juridiction sur les réseaux de câbles qu'elles assimilent au système routier de juridiction provinciale. Mais c'est là un débat complexe.

Dans le domaine de la télédistribution, la situation est multiforme. Une compagnie de la couronne, Téléglobe, exploite les réseaux internationaux de télécommunication. Le télégraphe et les divers circuits de télécommunication autres que le téléphone appartiennent presque tous à une entreprise mixte composée des grandes compagnies ferroviaires du pays, l'une de la couronne, (Canadien National) l'autre privée (Canadien Pacifique). De plus, le gouvernement fédéral a donné naissance à une autre compagnie mixte dans laquelle il investit tout autant que l'entreprise privée, Télésat, qui possède un important réseau de satellites de communications.

Ces systèmes de télécommunication servent de support à une agence de presse canadienne de type coopératif. En effet, la Presse Canadienne (Canadian Press) appartient en commun aux différents journaux qu'elle dessert. En outre, une entreprise de téléscripteurs (TELBEQ) met au service de l'information gouvernementale et de l'information privée un mécanisme de diffusion instantanée de communiqués de presse. La grandeur du pays et la dispersion de la population ont donc fait du Canada un des plus grands spécialistes de la télécommunication dans le monde.

LES MASS-MEDIA

Nous avons maintenant six grands mass média à étudier. Je vais procéder, n'en déplaise à Robert Escarpit, et comme Marshall McLuhan, par une série de coups de sonde successifs afin d'essayer de dégager une mosaïque significative plutôt qu'un tableau exhaustif.

La presse écrite au Canada est une presse nord-américaine, même celle écrite en français. La presse quotidienne du Québec se compare sur bien des points à celle du reste du Canada: propriété privée, tendance à la concentration, présentation physique et format, séparation du commentaire et de l'information, page éditoriale, etc... Il n'y a pas de presse quotidienne nationale "across Canada" ni même de presse nationale pan-québécoise, le plus gros tirage en français dépasse à peine 200.000 exemplaires. Le Québec a moins de quotidiens par habitant que le reste du Canada, cependant le tirage moyen est presque deux fois plus élevé,

soit environ 84.000 copies. Il n'y a pas de très gros journaux, ni de très petits, ce qui n'est pas le cas en Ontario, le *Toronto Star* possède 25 % du tirage total alors que le tirage moyen est à peine 45.000 exemplaires. A titre d'exemple, il y a 7 quotidiens à Montréal, deux anglophones et 5 francophones; 5 sont du matin et 2 de l'après-midi. Deux journaux en langue française diffèrent des autres: *Le Devoir* a une influence qui dépasse son tirage et une diffusion hors Montréal, notamment à Québec et à Ottawa; *Le Jour* est un journal engagé politiquement qui défend publiquement la thèse de l'indépendance du Québec et qui a un certain rayonnement provincial.

La presse hebdomadaire se partage en deux catégories qui n'ont rien de commun entre elles si ce n'est la périodicité de parution. Etudions surtout celle de langue française. Il y a tout d'abord une presse d'information générale et spécialisée. Autrefois cette presse était très importante, des journaux comme *La Patrie* étaient destinés à toute la famille, ils contenaient de tout, leur diffusion était nationale et même rejoignait la population francophone de la Nouvelle Angleterre aux Etats-Unis. Cette presse d'information générale est progressivement remplacée par une presse spécialisée que j'aurais envie de qualifier de thématique... ses thèmes étant: le crime, le sexe, les potins, les vedettes, etc... Les tirages varient autour de 100.000 exemplaires à l'exception du Dimanche-matin qui tire le double et qui est plutôt un quotidien du dimanche qu'un véritable hebdomadaire.

Il y a ensuite une presse hebdomadaire d'information locale et régionale. C'est dans ce domaine que nous rejoignons pour la première fois les média de communauté. Au Québec même, le tirage de ces multiples journaux est double de la moyenne canadienne, leur nombre est difficile à évaluer, aux environs de 150 sans doute, certains sont de véritables journaux alors que d'autres se rapprochent plus de feuilles de publicité locale. Quelques-uns sont bilingues, d'autres constituent la presse ethnique.

L'existence de cette presse locale expliquera le phénomène de la télévision communautaire en ce sens qu'elle a établi la tradition d'une information véritablement locale. Elle est l'oeuvre de gens de la communauté et elle dessert des intérêts locaux, elle a une influence sur la politique municipale. Une association, les Hebdo A-I regroupe une trentaine de ces journaux et leur assure en même temps que de la publicité nationale un certain standard de qualité.

Selon moi, ce qui manque le plus au Québec et même au Canada, c'est un excellent hebdomadaire politique. En français, l'Express et le Nouvel Observateur sont relativement beaucoup lus, mais le marché est occupé surtout par les éditions canadiennes des grands organes d'information américains, *Times Canada*, 500.000 exemplaires, *Reader's Digest*, (en anglais) et *Sélection du Reader's Digest* (édition québécoise en langue française différente de l'édition publiée en France), plus d'1.200.000 exemplaires. Cependant cette situation est appelée à changer rapidement car une nouvelle loi du Parlement canadien traitant de la publicité et des avantages fiscaux condamne à toute fin pratique les éditions canadiennes de la presse américaine. Outre ces publications, les plus grands tirages canadiens sont constitués par des sortes de magazines diffusés en encart par plusieurs journaux dans leur édition du samedi (en français, *Perspectives*, 800.000 exemplaires; en anglais *Weekend*, 1.800.000 exemplaires). Par ailleurs, la presse spécialisée et technique est assez importante et les journaux d'entreprises démontrent la vitalité des services de relations publiques. Autrefois, les éditions françaises étaient de simples traductions des éditions de langue anglaise, mais la situation change progressivement depuis une quinzaine d'années.

En ce qui concerne les systèmes de contrôle, ceux-ci étaient jusqu'à tout récemment pratiquement inexistants dans le domaine de la presse écrite. Cependant de tout temps les associations professionnelles de journalistes sont intervenues de diverses façons pour assurer une certaine qualité aux journaux et le respect de la liberté de presse. En 1974, a été créé au Québec un Conseil de Presse, institution non gouvernementale groupant des personnes représentant les entreprises de presse, les journalistes et le public en général. La législation canadienne s'intéresse maintenant au problème de la concentration des entreprises et des monopoles, ainsi que de la propriété étrangère.

La radio et la télévision au Canada ont évidemment beaucoup de traits communs. Toutes deux sont régies par la même réglementation et sont caractérisées par la cohabitation de systèmes publics et privés. L'Etat a créé dès les années trente un réseau public de radio à l'image de la British Broadcasting Corporation. La Canadian Broadcasting Corporation ou, en français, la Société Radio-Canada a eu la mission d'établir des réseaux pancanadiens parallèles en langue anglaise et en langue française de radio puis (depuis 1952) de télévision. Le principe de la "couronneté" a joué à plein et l'histoire de Radio-Canada et de CBC est intimement liée à celle

du pays tout comme au dix-neuvième siècle le chemin de fer a déterminé un Canada "a mari usque ad mare". Au début, Radio-Canada était à la fois juge et partie car c'était son Conseil qui avait charge de contrôler l'activité des postes privés. C'est maintenant le Conseil de la radio-télévision canadienne (CRTC) qui joue ce rôle. Les postes privés, tant de radio et de télévision, sont fort nombreux et desservent des populations locales. Certains d'entre eux sont de véritables média de communauté au sens que nous avons décrit dans le cas des hebdomadaires locaux. Cependant comme le domaine de la presse écrite, la situation tend à se modifier, il s'établit des réseaux privés et la concentration des intérêts tend à créer des monopoles. Aussi en pratique, les petits postes locaux appartenant à un notable de la région et parfaitement intégrés à cette région risquent de devenir des maillons d'une chaîne de postes appartenant à un réseau anonyme et commercial.

Toutefois cette sorte de centralisation des postes de télévision et de radio tend à être contrebalancée par un nouveau phénomène, la radio et la télévision communautaires. La modulation de fréquence d'une part, et la câblodistribution d'autre part, couplées avec l'avènement d'une technologie légère (les self-média) donnent naissance à de nouveaux média de communication. La loi oblige les câblodistributeurs à mettre un canal à la disposition de la communauté avec des moyens légers de production. Aussi à plusieurs endroits au Canada et particulièrement au Québec, ces canaux permettent à des groupes communautaires d'utiliser la télévision pour s'exprimer et intervenir dans le milieu. Les expériences sont nombreuses, anarchiques, éphémères mais parfois significatives et stimulantes. Par ailleurs, la radio en modulation de fréquence, même si quelquefois elle n'est qu'une copie servile des stations en modulation d'amplitude, tend à offrir une programmation différente et spécialisée, musique seulement ou information uniquement, et est utilisée comme médium communautaire par des étudiants ou des groupes de citoyens.

En outre, la radio et la télévision sont depuis quelques années employées par les provinces à des fins éducatives, soit en liaison avec Radio-Canada, comme en Ontario soit de façon autonome comme Radio-Québec. Cependant, dans ce domaine, la voie est difficile à trouver et, à mon sens, Radio-Québec en s'affirmant comme une troisième chaîne, parallèle à Radio-Canada et à la télévision privée a fait fausse route. La radio et la télévision éducative devraient permettre d'incarner dans un milieu donné le concept de la Cité éducative plutôt que constituer

soit une télévision, soit une école parallèle, elles devraient être le système nerveux de cette Cité éducative, son réseau de communication. Le *Cinéma canadien* n'existe pas en tant que tel. D'une part il y a quelques productions en langue anglaise et d'autre part un cinéma québécois est en train de naître. Il s'agit véritablement d'une industrie naissante, depuis 10 ans une quantité importante de films a été produite au Québec dont certains ont eu une reconnaissance internationale. Mais les problèmes sont nombreux, un milieu restreint, six millions de francophones, un régionalisme qui rend l'exportation difficile et surtout des problèmes de distribution énormes, une main-mise des producteurs américains et un certain impérialisme culturel français. Les deux niveaux de gouvernement sont intervenus avec plus ou moins de bonheur, le gouvernement fédéral a créé une société de promotion cinématographique devant aider à financer les productions et le gouvernement du Québec un Institut national du Cinéma devant définir de nouvelles règles du jeu. Il y a encore beaucoup à faire, le Canada compte beaucoup d'excellents cinéastes, dont plusieurs ont été formés par l'Office National du Film.

On ne peut en effet parler du cinéma au Canada sans se référer au rôle joué par l'ONF. L'ONF, à l'instar de Radio-Canada, est une entreprise de la couronne, qui s'est créé au niveau international, une réputation d'excellence dans le film documentaire, et qui a fait école dans le domaine du film d'animation. Partout à l'étranger, les courts métrages de l'ONF sont vus et appréciés. On connaît cependant moins son rôle de pionnier dans le domaine du cinéma d'intervention sociale. Les expériences en anglais de Challenge for change et en français de Sociétés-nouvelles sont à l'origine de l'utilisation du cinéma direct à des fins d'animation d'une communauté. Le Vidéographe qui a donné accès à la vidéo légère à de nombreux groupes socio-culturels est né à l'ONF qui a ainsi ouvert la voie à l'audio-vidéographie rendant possible la télévision communautaire.

Le problème de *l'édition au Canada* ressemble fort à celui du cinéma. La situation diffère entre le Canada anglais et le Canada français. L'impérialisme culturel étranger, américain pour les uns, français pour les autres, a rendu difficile la naissance d'une édition originale. Et les premières percées canadiennes ont été dans le domaine de l'édition scolaire et religieuse. Cependant depuis 15 ans, la situation a évolué avec la naissance de maisons d'édition populaire dont certaines sont de véritables petites industries alimentées par les revenus des livres de recette et de bricolage. Il est évidemment difficile pour l'édition

québécoise de percer en France, cependant des brèches importantes ont été faites. Les éditeurs canadiens cherchent à servir de trait d'union entre l'Europe et les Etats-Unis, c'est le rôle que veut jouer par exemple la Foire internationale du Livre de Montréal, foire qui a commencé en 1975 et qui entend bien se poursuivre d'année en année.

Dans le domaine de l'édition, les législations sont rares et il y a chevauchement de l'aide et de l'absence d'aide des divers paliers de gouvernements, fédéral, provincial et même municipal. Au Canada anglais, la situation semble parfois plus difficile, les éditeurs étant à la fois avantagés et brimés par le marché américain. Les auteurs canadiens anglais sont par rapport aux Etats-Unis dans la situation de certains auteurs belges et suisses par rapport à la France... on découvre dans leur biographie qu'ils ne sont pas français... ou américains! Des remarques analogues pourraient s'appliquer à l'industrie du disque. Or, pourtant, aussi bien dans le domaine de la chanson, de la poésie et de la littérature le Canada et surtout le Québec a une pléiade d'auteurs et de créateurs. Parmi les grands média de masse, je classe les *institutions* qui ont un rôle de communication. Le réseau d'institutions scolaires est évidemment le plus important. Au Canada, l'éducation dépend des provinces, et les secteurs publics et privés se chevauchent. La décentralisation s'exerce là aussi et le rôle du Ministère de l'éducation varie d'un niveau d'éducation à l'autre. Cependant la prolifération de l'éducation des adultes et des projets tels multi-média créent dans le milieu des systèmes multifor- mes de communication. Les bibliothèques publiques, les musées, les centres culturels qui autrefois étaient les centres paroissiaux, constituent autant d'institutions axées sur la communication de communauté et parfois communautaire. Il n'y a pas de modèle unique, car l'intervention de l'Etat varie beaucoup, le rôle des municipalités est très grand tout autant que celui de l'initiative privée selon une bonne tradition nord-américaine. Celui de l'Eglise qui était, il n'y a pas si longtemps, prépondérant, diminue cependant rapidement.

LES SELF-MEDIA

J'ai identifié cinq self-media, je n'ai pas l'intention d'analyser la situation de chacun au Canada. Cependant on ne saurait tracer une image complète des média de communication sans noter que de plus en plus les jeunes Canadiens, grâce notamment à leur système scolaire, s'approprient la technologie légère de communication. Ils apprennent très tôt, tant chez eux qu'à l'école, à utiliser ces self-média notamment par

l'introduction de l'audio-visuel, non pas comme un moyen d'enseignement à l'usage de l'enseignant, mais comme un moyen donné à l'étudiant de collecter et traiter l'information dans l'un ou l'autre des langages audio-scripto-visuels. L'enfant nord-américain vit dans un monde technologique, il utilise l'appareil de photo, il joue avec le magnétophone à cassette, il abuse du Xérox, de plus en plus, il a accès à la vidéo légère, tout cela de la façon la plus naturelle possible. Cette appropriation des self-média devrait modifier peu à peu son attitude envers les mass-média, car ceux-ci ne sont plus les seuls à "parler" les langages audio-visuels. Mais les réformes de l'enseignement, cette introduction des self-média à l'école, est trop récente pour que l'on puisse encore en voir toutes les conséquences. Une chose certaine, c'est qu'elle est beaucoup plus réelle et systématique qu'en Europe.

LE MOT DE LA FIN

J'aimerais terminer la présentation de cette mosaïque par une réflexion sur la démarche canadienne fondée sur l'empirisme plutôt que la systématisation, sur la décentralisation plutôt que la centralisation, sur l'agir plutôt que sur la réflexion. On est parfois porté en France à vouloir tout systématiser, à construire des super-structures plutôt que des infra-structures. Le système canadien est une infra-structure, il s'agit non pas tant de faire de la communication, mais de créer des conditions qui rendent la communication possible. C'est ainsi qu'est notre système de communication, multiforme, ambivalent, mais opérationnel. Il est une histoire qui démontre bien notre approche, celle qui établit la différence entre un intellectuel et un artiste. L'intellectuel réfléchit et parfois agit après... l'artiste agit et parfois réfléchit après... Au Canada et particulièrement au Québec, nous ne sommes pas des intellectuels mais plutôt des modestes artisans qui fonctionnent comme des artistes....