



Fédération des
télévisions communautaires
autonomes du Québec



Portrait de l'état de l'information dans les télévisions communautaires autonomes du Québec

Mise à jour 2016



Étude menée par la Fédération des télévisions
communautaires autonomes du Québec © 2016
Tous droits réservés

Étude réalisée par

Sylvie-Anne Rheault
Conseillère à la concertation et au soutien
Fédération des télévisions
communautaires autonomes du Québec
Téléphone : 819 604-7900
fedetvc@fedetvc.qc.ca



Table des matières

Méthodologie et dispositions diverses	5
Les visées et le contexte	6
Partie 1	7
Journalisme et information	7
Tableau 1 – Répartition en pourcentage des TCA qui emploient un journaliste	7
Tableau 2 – Répartition en pourcentage des formations des journalistes à l'emploi des TCA.....	7
Tableau 3 – Répartition en pourcentage des TCA qui offrent ou non un bulletin de nouvelles.....	8
Tableau 4 – Répartition en pourcentage de la fréquence de diffusion des bulletins de nouvelles.....	8
Tableau 5 – Répartition en pourcentage du nombre de diffusion des bulletins de nouvelles	9
Tableau 6 – Répartition en pourcentage du nombre de nouvelles présentées dans le bulletin de nouvelles	9
Tableau 7 – Répartition en pourcentage du nombre d'organismes et entreprises qui bénéficient annuellement d'une couverture médiatique par leur TCA.....	10
Partie 2	10
Émissions d'affaires publiques	10
Tableau 8 – Répartition en pourcentage des TCA qui offrent ou non des émissions d'affaires publiques	10
Tableau 9 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques présentées sous forme d'entrevue	11
Tableau 10 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques présentées sous forme de débat.....	11
Tableau 11 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques présentées sous forme de documentaire.....	12
Tableau 12 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent de la politique	12
Tableau 13 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent des arts et de la culture	13
Tableau 14 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent de la religion et de la spiritualité.....	13
Tableau 15 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent des affaires municipales.....	14

Tableau 16 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent d'économie et de développement	14
Tableau 17 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent des mœurs et de la société.....	15
Tableau 18 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent de faits divers	15
Tableau 19 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent d'affaires judiciaires.....	16
Tableau 20 – Répartition en pourcentage de la durée des émissions d'affaires publiques des TCA	16
Tableau 21 – Répartition en pourcentage de la fréquence de diffusion des émissions d'affaires publiques des TCA.....	17
Tableau 22 – Répartition en pourcentage du nombre de diffusions des émissions d'affaires publiques des TCA	17
Tableau 23 – Répartition en pourcentage des TCA qui diffusent ou non un conseil de ville	18
Tableau 24 – Répartition en pourcentage des TCA qui offrent la diffusion du conseil de ville en simultané sur le web.....	18
Partie 3	19
Les ressources financières en information	19
Tableau 25 – Répartition en pourcentage des ressources financières affectées à la production et à la mise en ondes d'un bulletin de nouvelles des TCA.....	19
Tableau 26 – Répartition en pourcentage des ressources financières affectées à la production et à la mise en ondes des émissions d'affaires publiques des TCA.....	20
Tableau 27 – Répartition en pourcentage du temps de production (ressources humaines, administration, etc.) qui est affectée à l'information	21
Partie 4	22
Les Tics et le web.....	22
Tableau 28 – Répartition en pourcentage des TCA qui possèdent ou non un site internet	22
Tableau 29 – Répartition en pourcentage de l'importance du site internet pour le rayonnement de la TCA.....	22
Tableau 30 – Répartition en pourcentage de l'importance du site internet pour le rayonnement de la diffusion des émissions des TCA	23
Tableau 31 – Répartition en pourcentage des TCA qui utilisent ou non les médias sociaux.....	23
Tableau 32 – Répartition en pourcentage des médias sociaux qu'utilisent les TCA	24

Tableau 33- Répartition en pourcentage de l'importance des médias sociaux pour le rayonnement des TCA.....	24
Tableau 34 – Répartition en pourcentage de l'importance des médias sociaux pour le rayonnement des émissions de la TCA.....	25
Tableau 35 – Répartition en pourcentage des plateformes de diffusion sur le web utilisées par les TCA	25

Portrait de l'information dans les télévisions communautaires autonomes du Québec

Mise à jour 2016

Méthodologie et dispositions diverses

En 2010, la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec (la Fédération) a effectué une étude sur le portrait de l'information dans les télévisions communautaires autonomes (TCA). Afin de dresser une vue d'ensemble à jour de la réalité de celles-ci, la Fédération a décidé de procéder à une mise à jour de cette étude.

La Fédération souhaite documenter la production d'information par les télévisions communautaires autonomes, les ressources que ces dernières utilisent aux fins de la production d'information, ainsi que l'intégration et l'utilisation des médias sociaux dans leur quotidien.

Les télévisions communautaires autonomes membres de la Fédération ont été visées par la présente enquête. Le questionnaire a été construit et mis à jour pour les besoins de l'enquête et a été envoyé électroniquement.

L'exercice a permis de rejoindre 35 télévisions communautaires autonomes sur les 40 qui étaient membres de la Fédération au 31 juillet 2016. Puisque le nombre de télévisions communautaires autonomes rejointes est de 87,5%, cela nous assure une représentativité des résultats de l'ensemble des TCA membres de la Fédération. Les résultats obtenus par les responsables des télévisions communautaires autonomes qui ont voulu participer à l'enquête peuvent donc être généralisés à l'ensemble des télévisions communautaires autonomes membres de la Fédération.

Le questionnaire a été envoyé par courrier électronique aux responsables des télévisions communautaires autonomes membres de la Fédération d'avril 2016 à juillet 2016. Il répond aux standards méthodologiques fixant le niveau de confiance à 95% et la marge d'erreur à $\pm 5\%$. Le masculin est utilisé dans le présent document afin d'éviter la lourdeur du texte et d'en faciliter la lecture. En aucun cas l'utilisation du genre masculin ne se veut discriminatoire, étant utilisé de façon neutre.

Les visées et le contexte

Au Québec, depuis plusieurs années, nous entendons parler de la crise des médias d'information. D'ailleurs, en 2010, le ministère de la Culture et des Communications a demandé une étude, via le groupe de travail sur le journalisme et l'information au Québec, sur l'état de l'information au Québec. Dirigée par madame Dominique Payette, l'enquête a permis d'émettre 51 recommandations pour améliorer l'information dans la province. Parmi celles-ci, la recommandation 18 s'adresse aux médias communautaires :

18. Augmentation des ressources allouées aux médias communautaires

Depuis près de 18 ans, la Fédération argue que les télévisions communautaires autonomes sont des alternatives aux médias traditionnels puisque ce sont les gens qui s'organisent autour du média et non des intérêts pécuniaires. Les nouvelles qui sont traitées et diffusées par les télévisions communautaires autonomes créent une plus grande cohésion sociale et renforcent le sentiment d'appartenance à une communauté. Les TCA jouent un rôle essentiel dans la vie démocratique des villes et villages où elles assurent une couverture médiatique sur le terrain. La Fédération joue un rôle dans les débats sur l'importance de l'information locale, sa diversité afin que les télévisions communautaires autonomes soient reconnues comme étant des entités médiatiques à part entière dans leur communauté et au niveau provincial et fédéral.

Alors que la nouvelle réglementation émise par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes avantage les grandes entreprises de radiodiffusion et les stations de nouvelles locales au détriment du canal communautaire, la Fédération et ses membres sont engagés à démontrer, tant au Québec qu'au Canada, l'importance du contenu et de l'apport des TCA dans l'univers de l'information locale.

Nous sommes partie prenante des questionnements concernant l'information locale dans un contexte de multiplication des plateformes numériques. Si la multiplication des plateformes permet d'avoir accès à un grand nombre d'informations, celles-ci ne sont pas nécessairement de qualité. Les télévisions communautaires autonomes, quant à elles, ont su s'adapter à l'avènement d'internet en étant présentes sur les nouvelles plateformes. Mais leur présence sur le canal linéaire reste primordiale afin d'offrir un rendez-vous aux téléspectateurs et un reflet de leur communauté.

Pour la Fédération, il était nécessaire de faire une mise à jour de l'état de l'information dans les télévisions communautaires autonomes afin d' étoffer notre argumentaire de données statistiques à jour. Bien que les données soient similaires entre les deux enquêtes, certains aspects ont évolué, comme l'apport des médias sociaux et l'impact du site internet dans la façon de faire de l'information locale et régionale.

Partie 1

Journalisme et information

Tableau 1 – Répartition en pourcentage des TCA qui emploient un journaliste

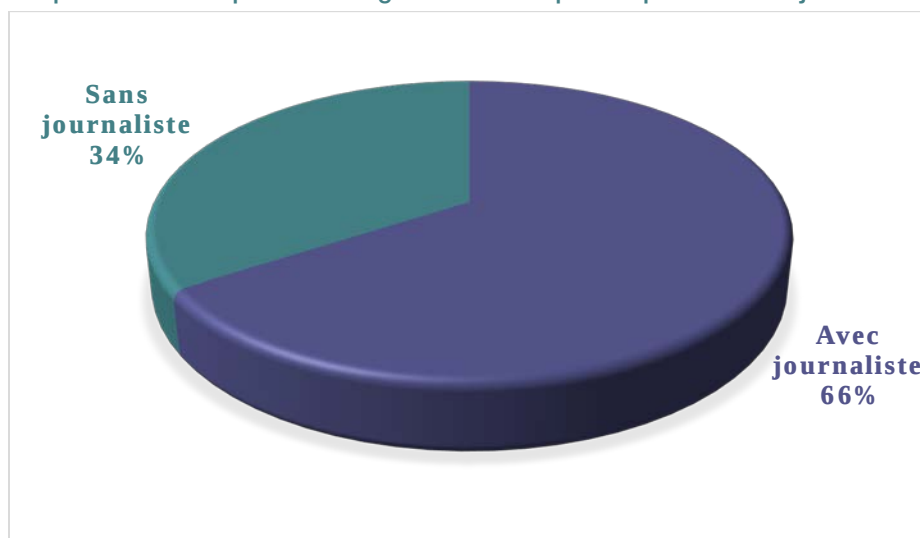


Tableau 2 – Répartition en pourcentage des formations des journalistes à l'emploi des TCA

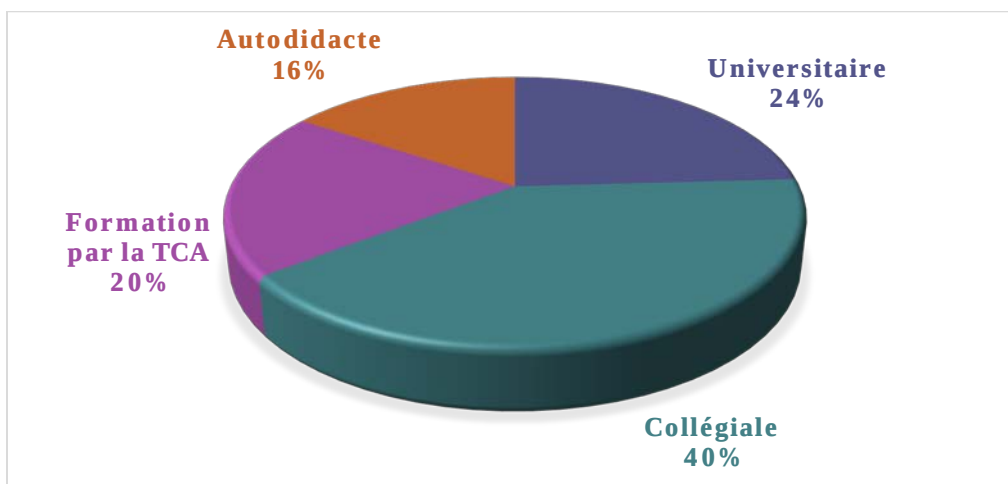


Tableau 3 – Répartition en pourcentage des TCA qui offrent ou non un bulletin de nouvelles

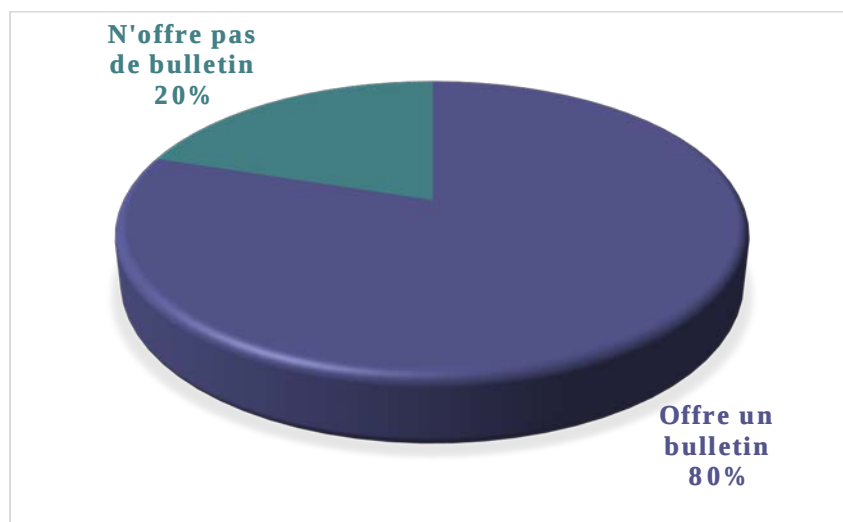


Tableau 4 – Répartition en pourcentage de la fréquence de diffusion des bulletins de nouvelles

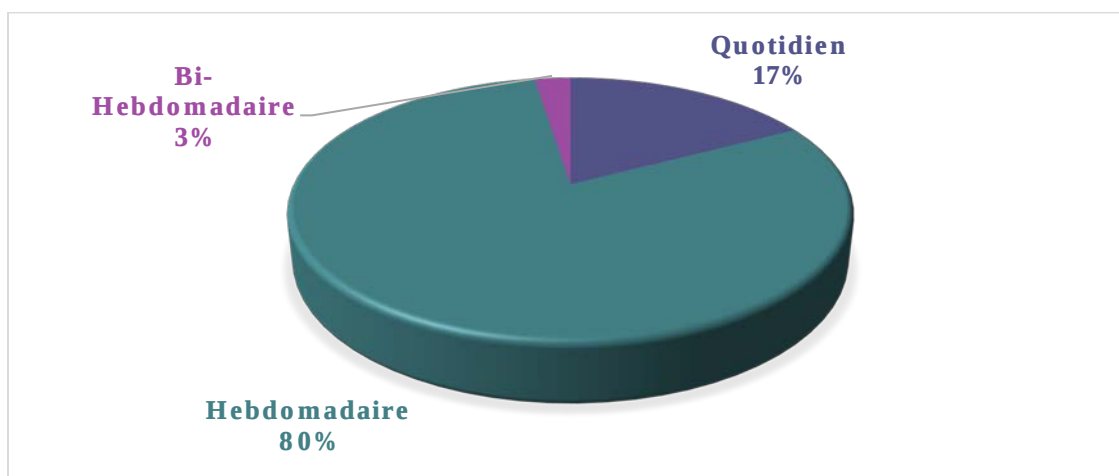


Tableau 5 – Répartition en pourcentage du nombre de diffusion des bulletins de nouvelles

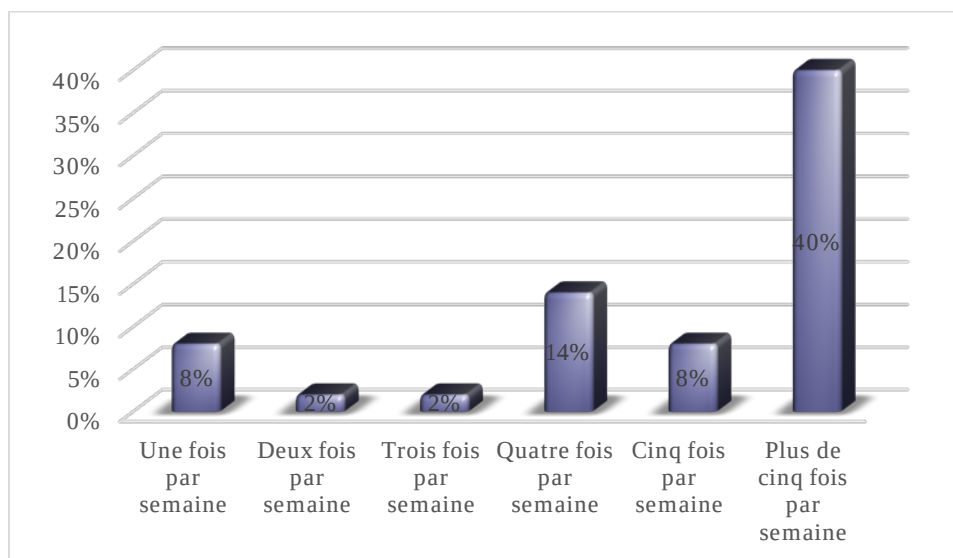


Tableau 6 – Répartition en pourcentage du nombre de nouvelles présentées dans le bulletin de nouvelles

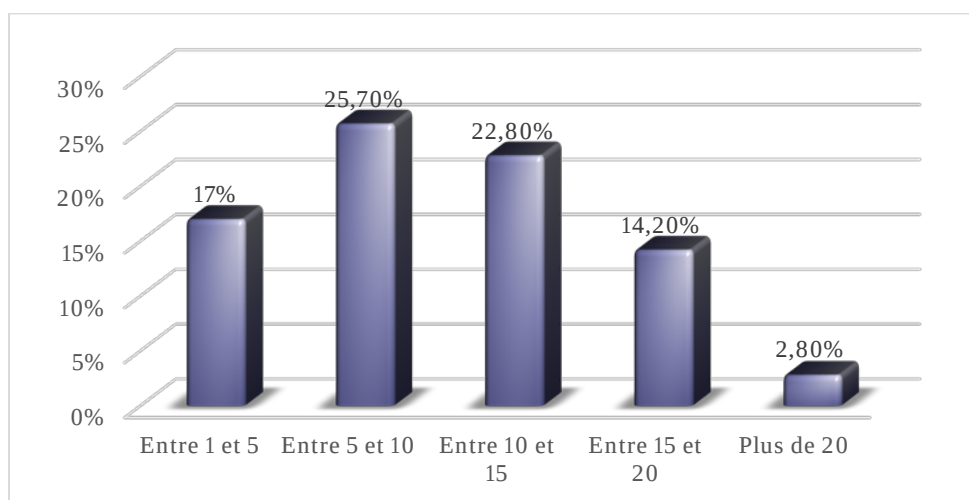
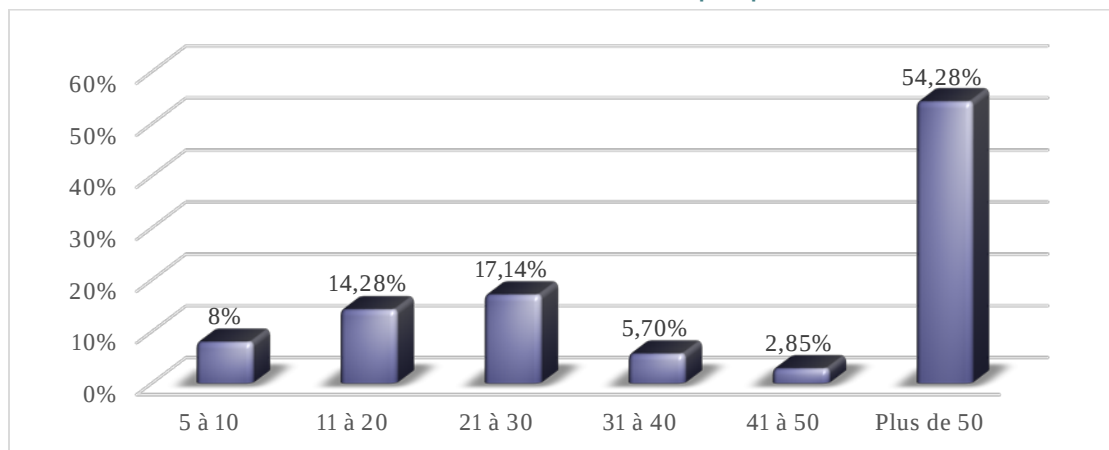


Tableau 7 – Répartition en pourcentage du nombre d'organismes et entreprises qui bénéficient annuellement d'une couverture médiatique par leur TCA



Partie 2

Émissions d'affaires publiques

Tableau 8 – Répartition en pourcentage des TCA qui offrent ou non des émissions d'affaires publiques

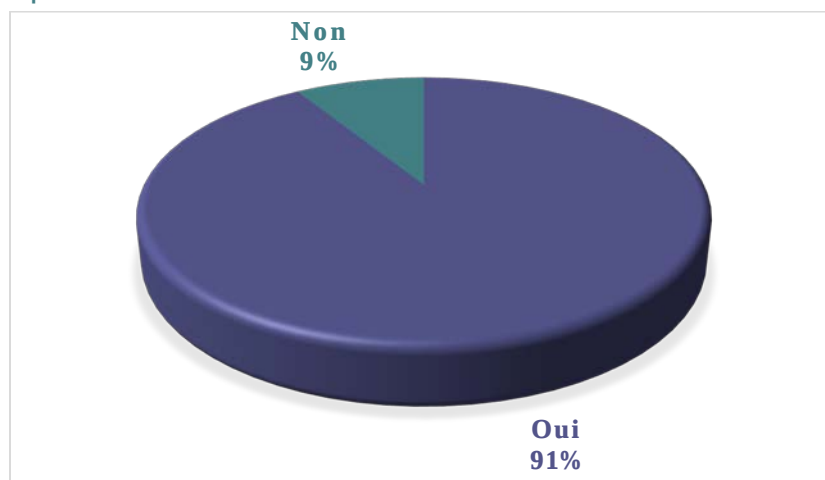


Tableau 9 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques présentées sous forme d'entrevue

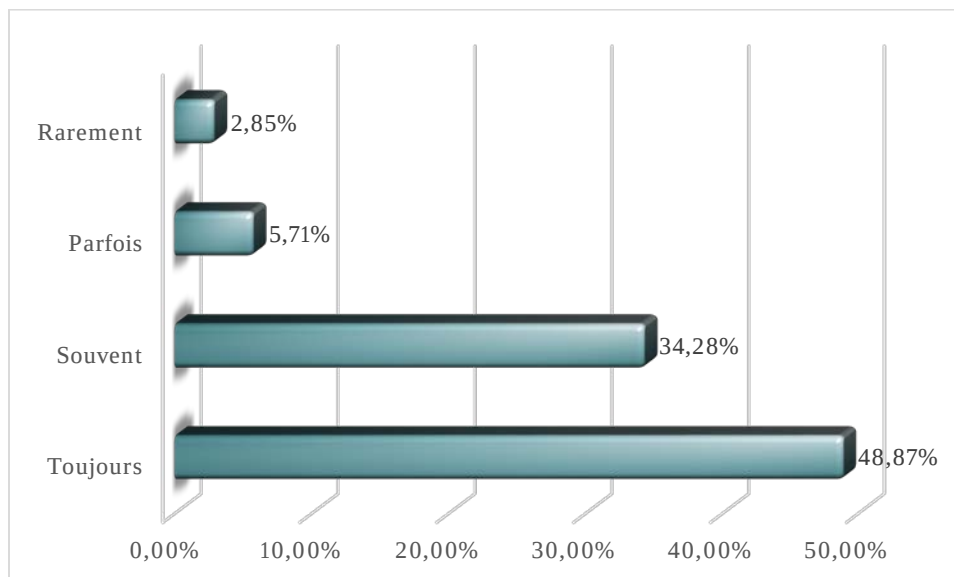


Tableau 10 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques présentées sous forme de débat

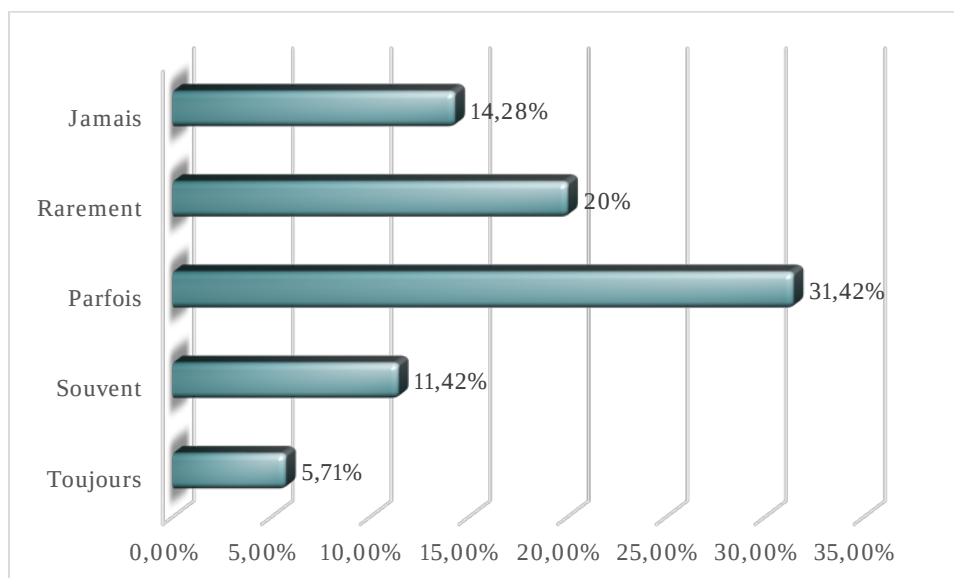


Tableau 11 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques présentées sous forme de documentaire

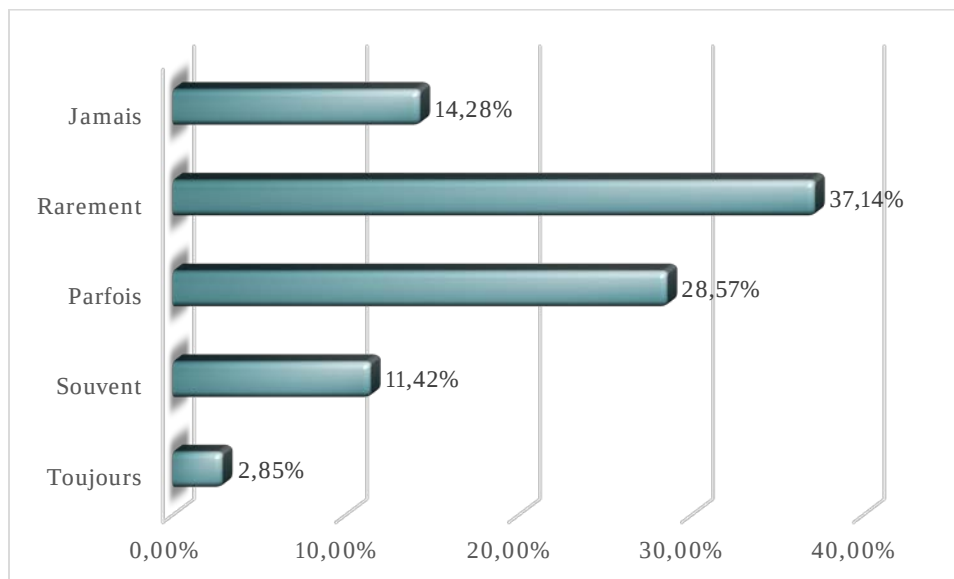


Tableau 12 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent de la politique

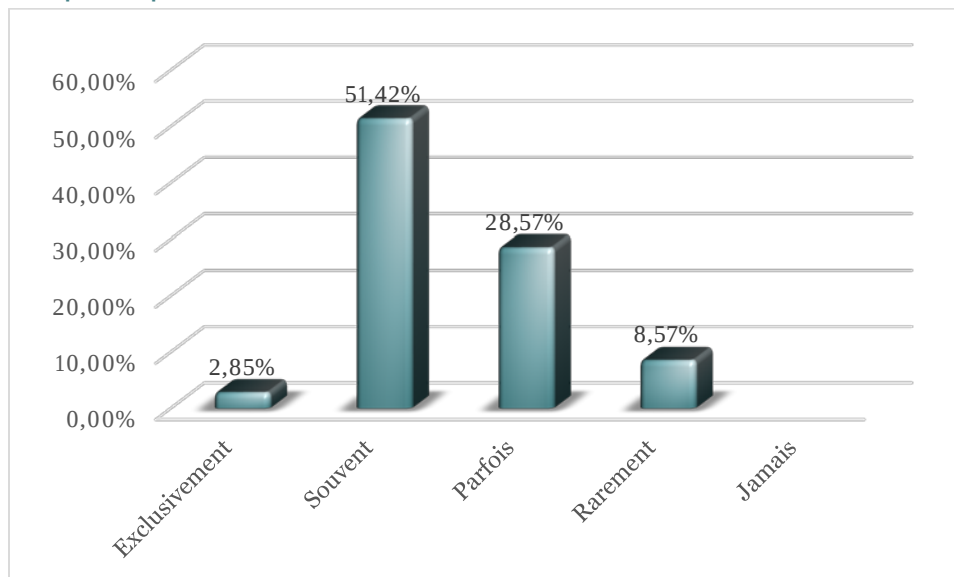


Tableau 13 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent des arts et de la culture

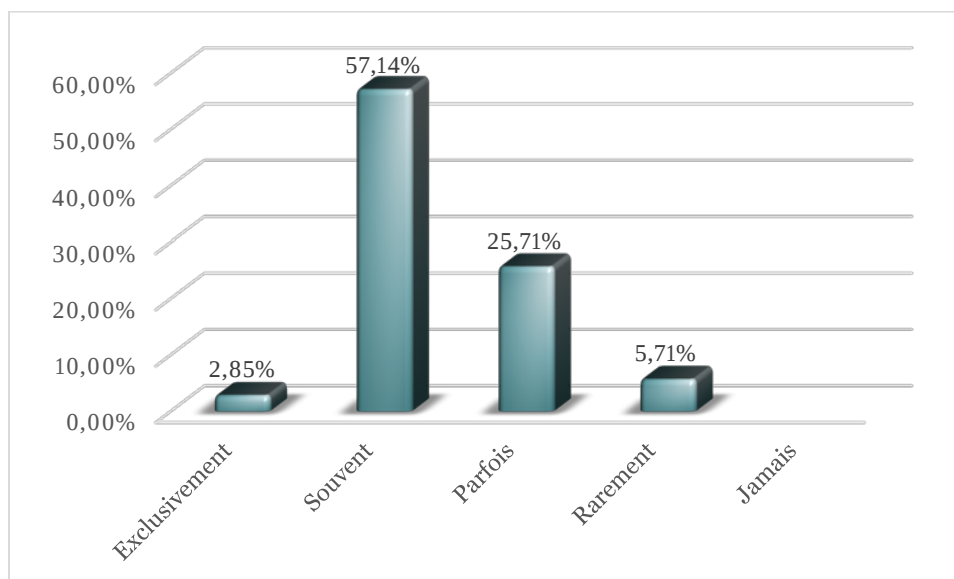


Tableau 14 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent de la religion et de la spiritualité

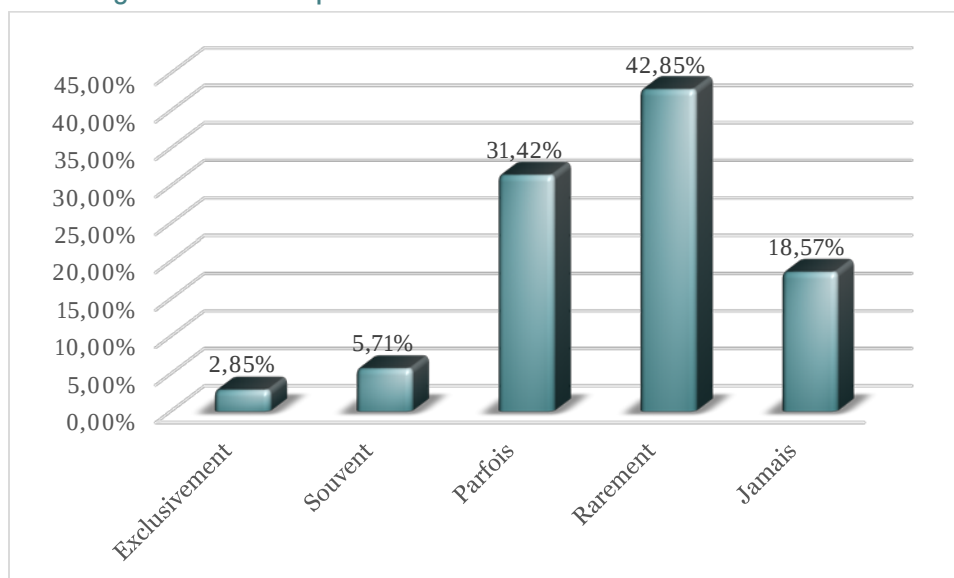


Tableau 15 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent des affaires municipales

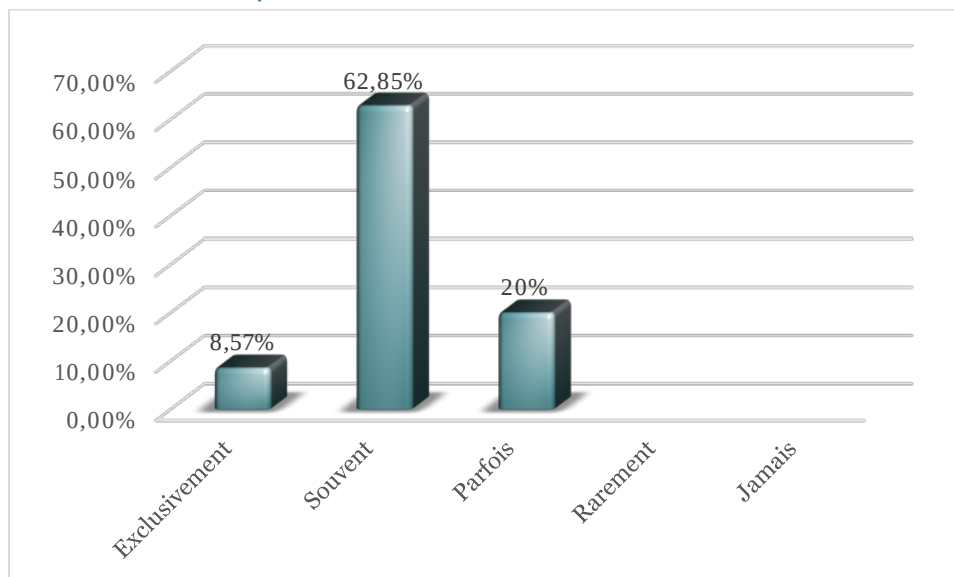


Tableau 16 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent d'économie et de développement

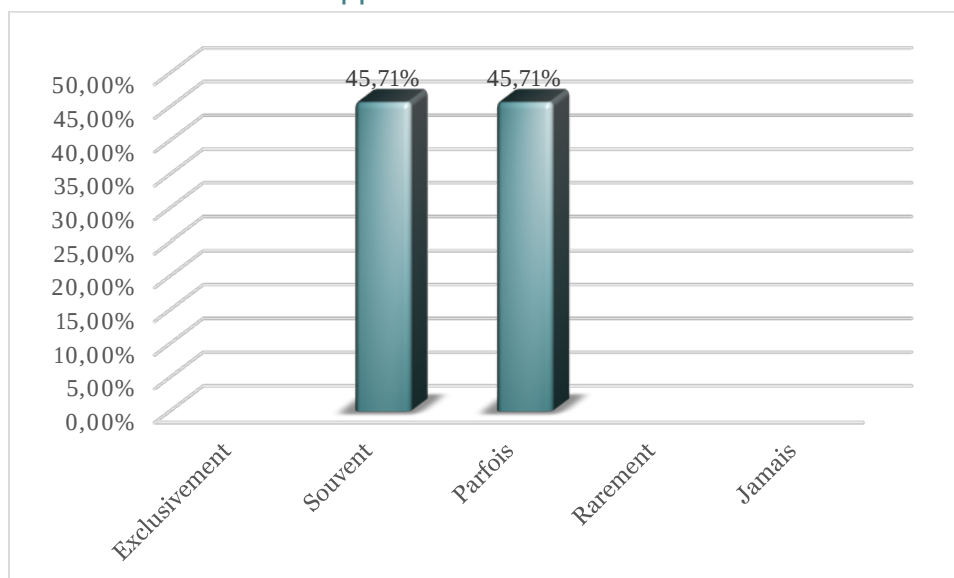


Tableau 17 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent des mœurs et de la société

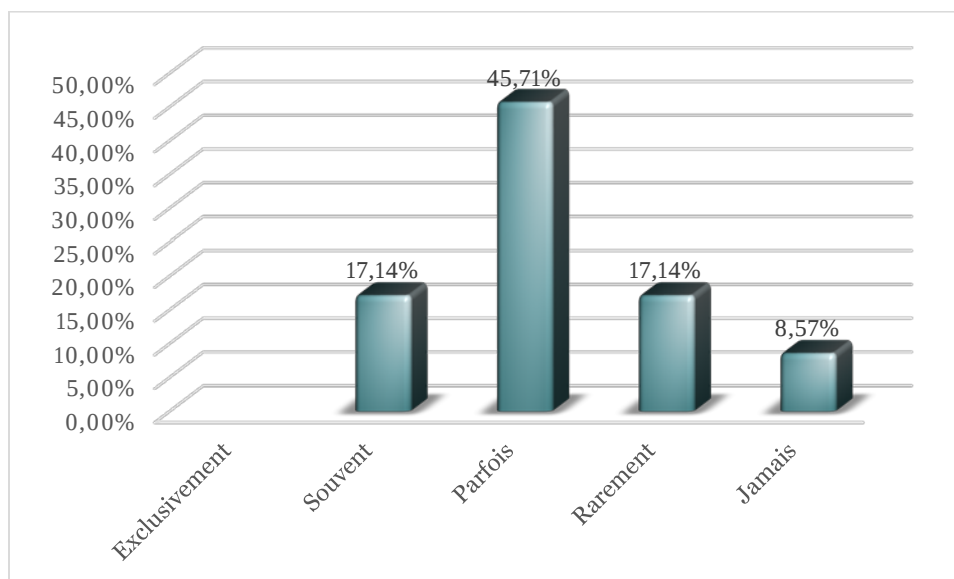


Tableau 18 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent de faits divers

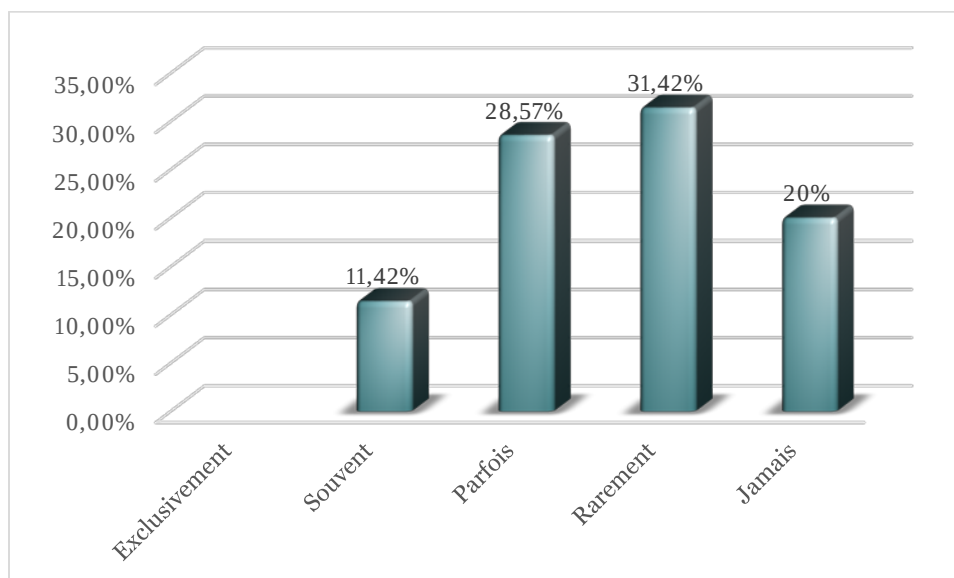


Tableau 19 – Répartition en pourcentage des émissions d'affaires publiques qui traitent d'affaires judiciaires

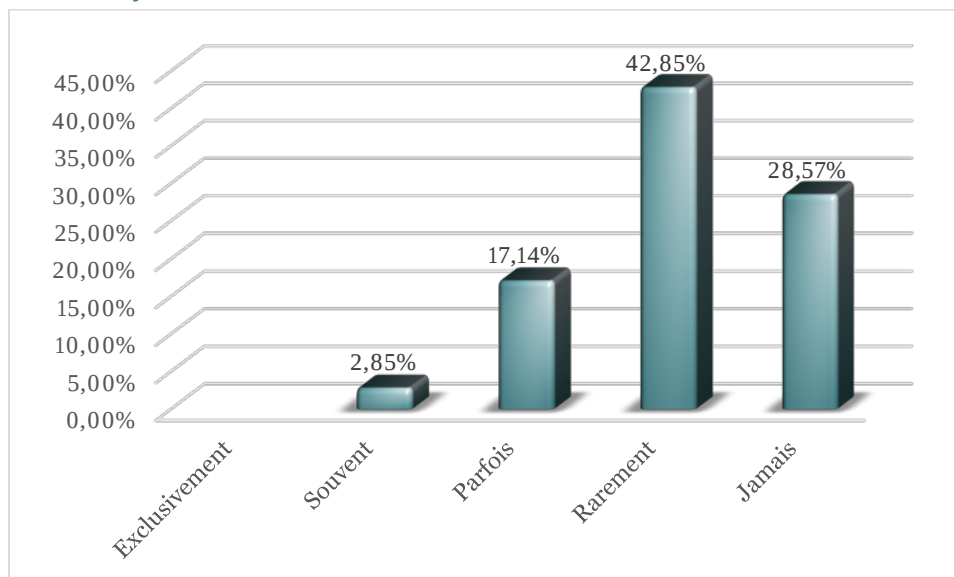


Tableau 20 – Répartition en pourcentage de la durée des émissions d'affaires publiques des TCA

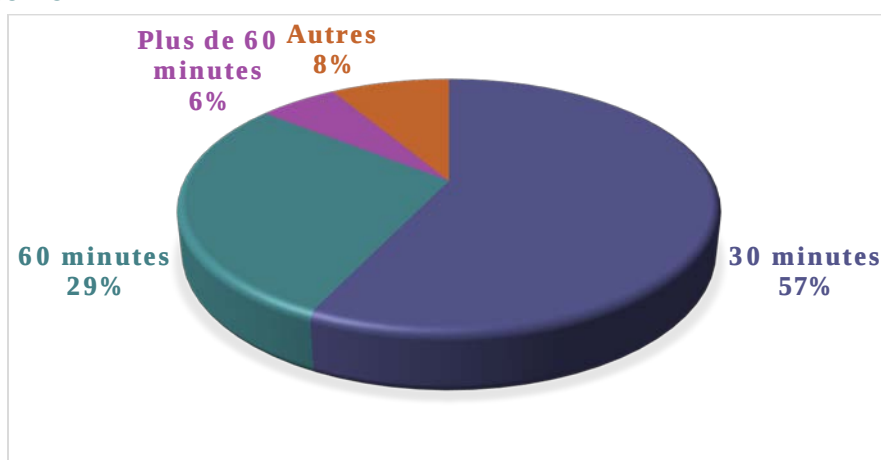


Tableau 21 – Répartition en pourcentage de la fréquence de diffusion des émissions d'affaires publiques des TCA

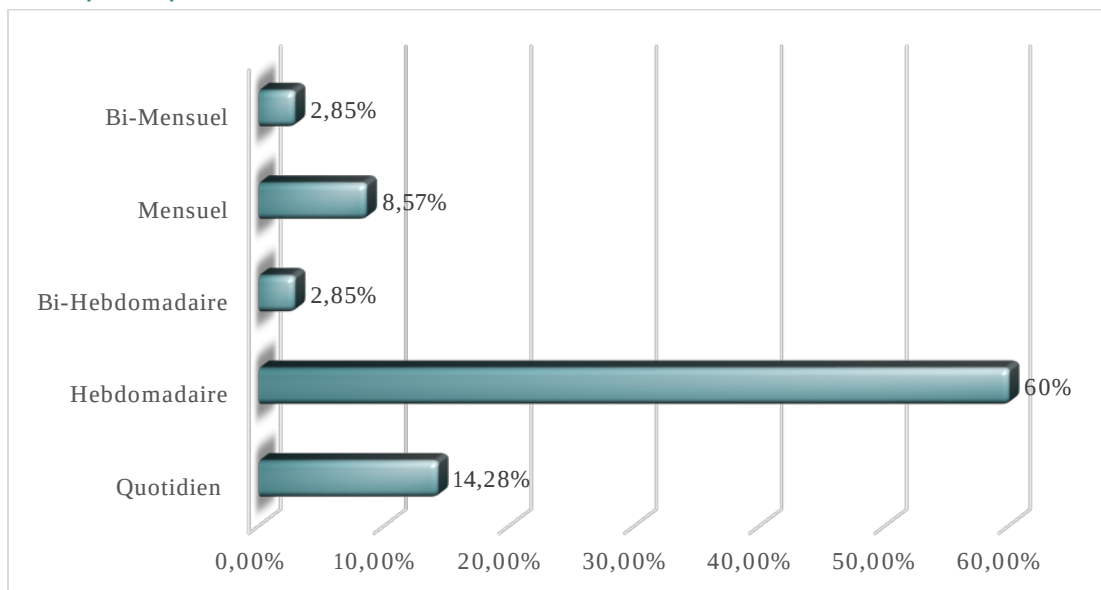


Tableau 22 – Répartition en pourcentage du nombre de diffusions des émissions d'affaires publiques des TCA

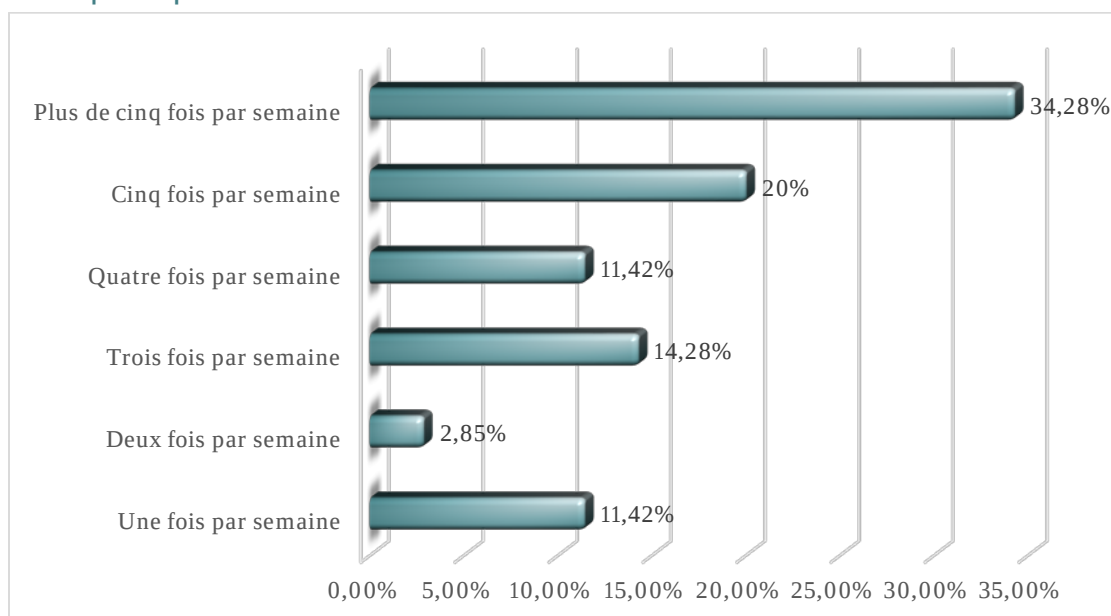


Tableau 23 – Répartition en pourcentage des TCA qui diffusent ou non un conseil de ville

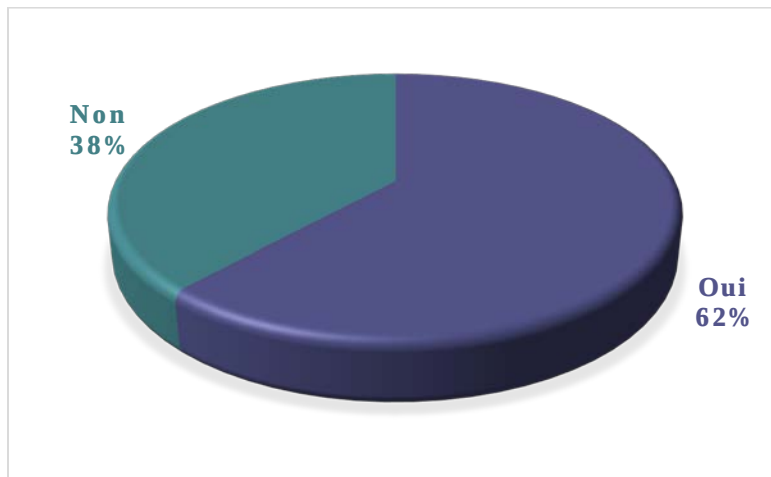
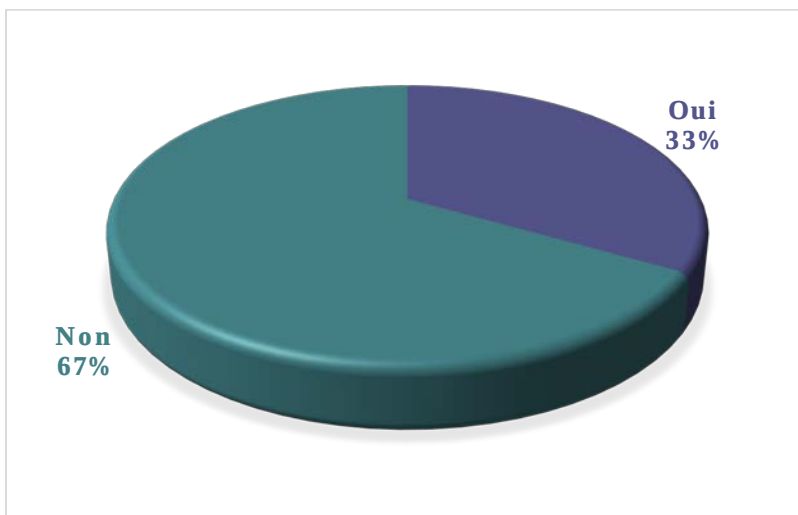


Tableau 24 – Répartition en pourcentage des TCA qui offrent la diffusion du conseil de ville en simultané sur le web



Partie 3

Les ressources financières en information

Tableau 25 – Répartition en pourcentage des ressources financières affectées à la production et à la mise en ondes d'un bulletin de nouvelles des TCA

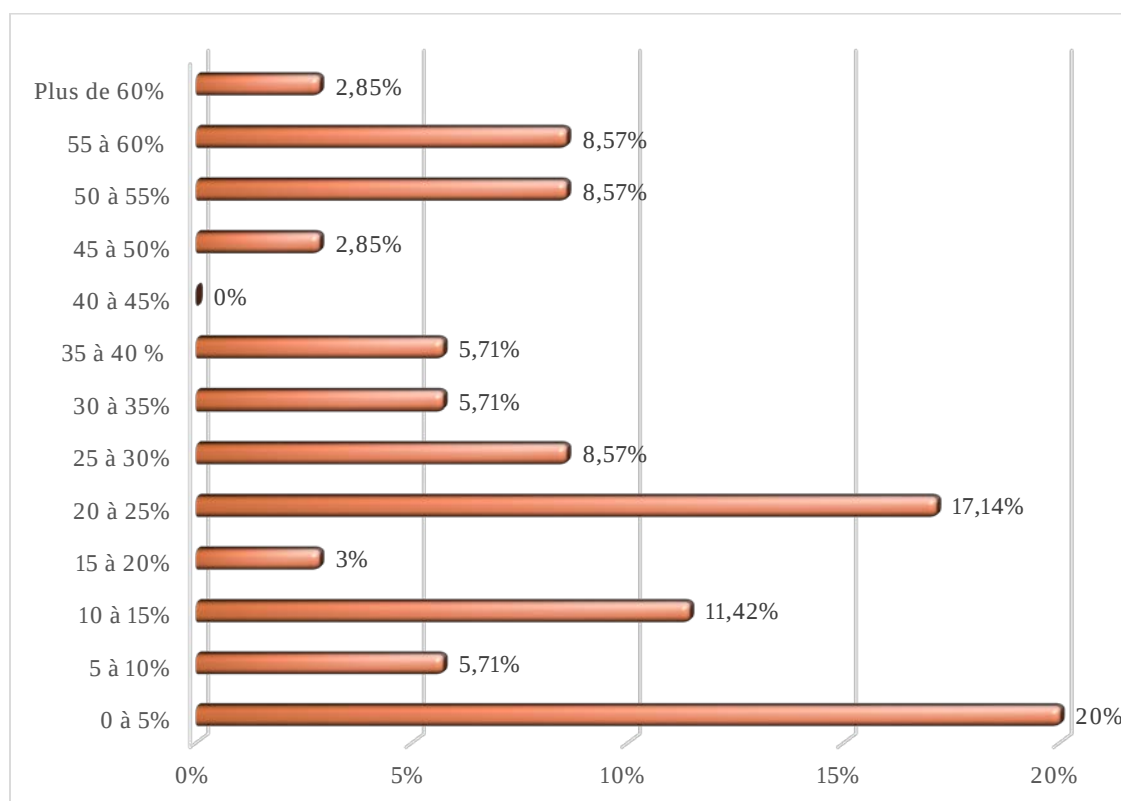


Tableau 26 – Répartition en pourcentage des ressources financières affectées à la production et à la mise en ondes des émissions d'affaires publiques des TCA

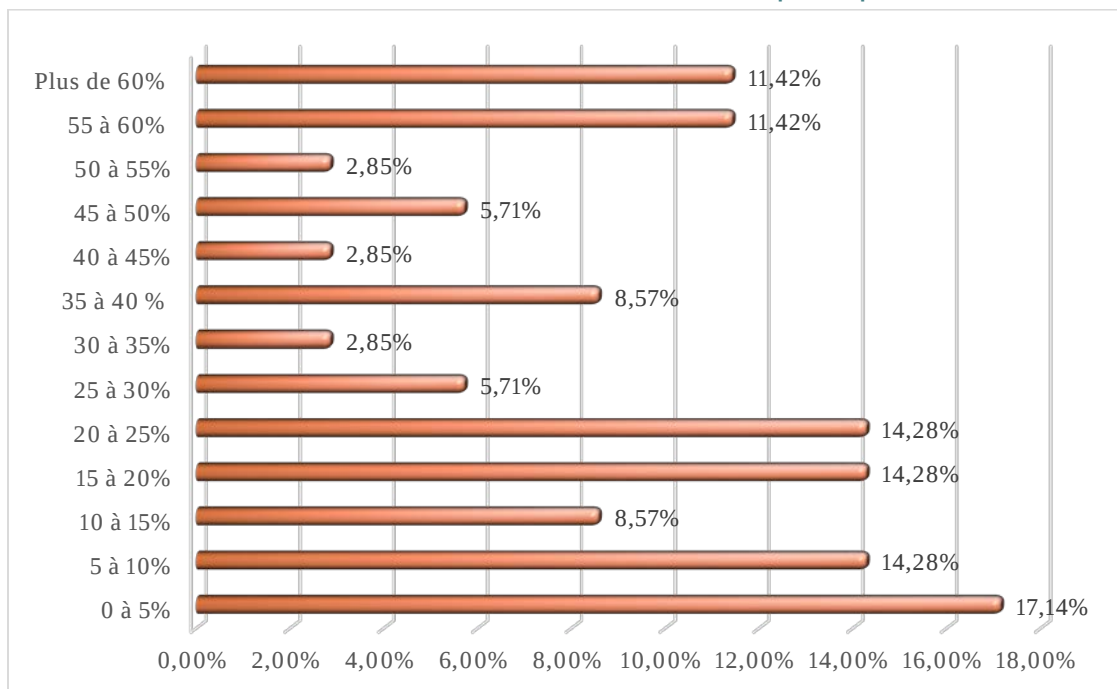
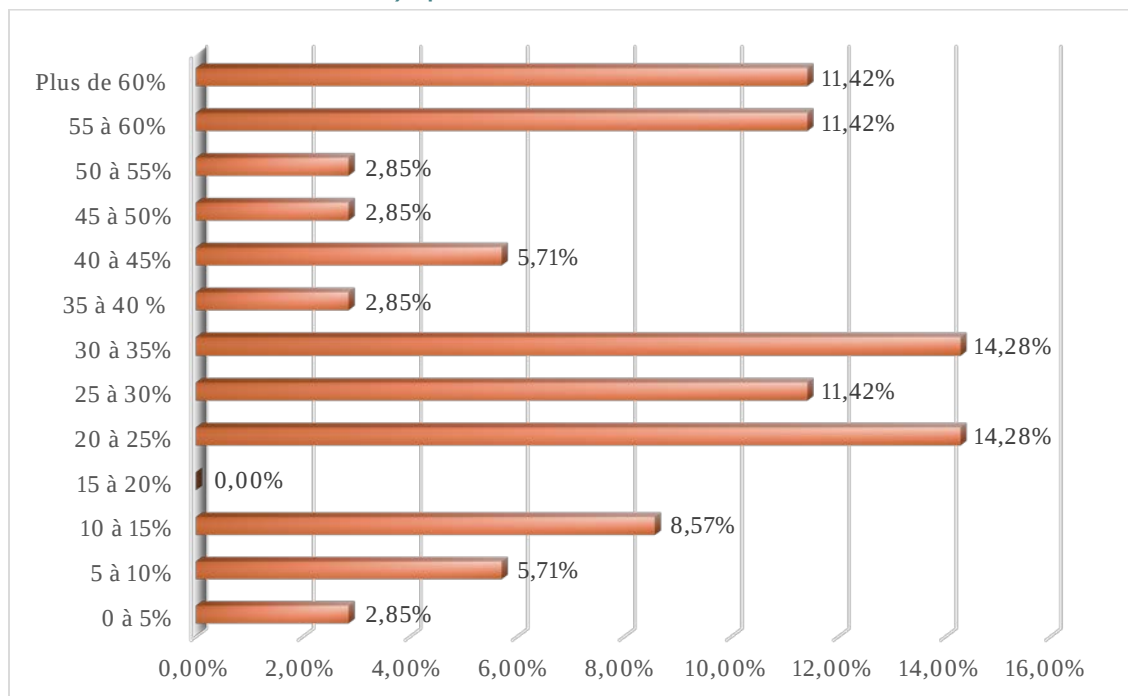


Tableau 27 – Répartition en pourcentage du temps de production (ressources humaines, administration, etc.) qui est affectée à l'information



Partie 4

Les Tics et le web

Tableau 28 – Répartition en pourcentage des TCA qui possèdent ou non un site internet

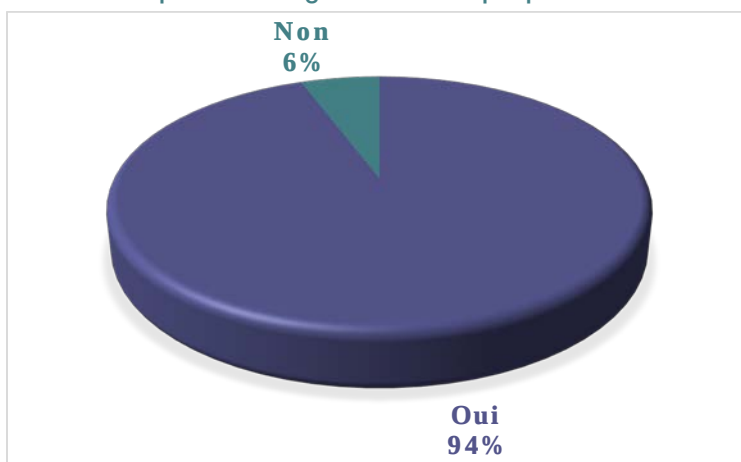


Tableau 29 – Répartition en pourcentage de l'importance du site internet pour le rayonnement de la TCA

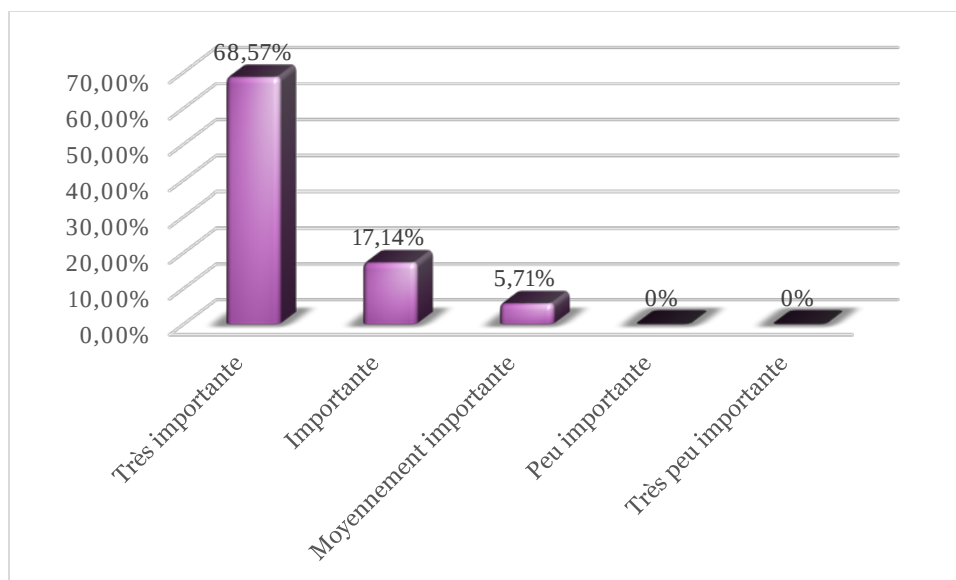


Tableau 30 – Répartition en pourcentage de l'importance du site internet pour le rayonnement de la diffusion des émissions des TCA

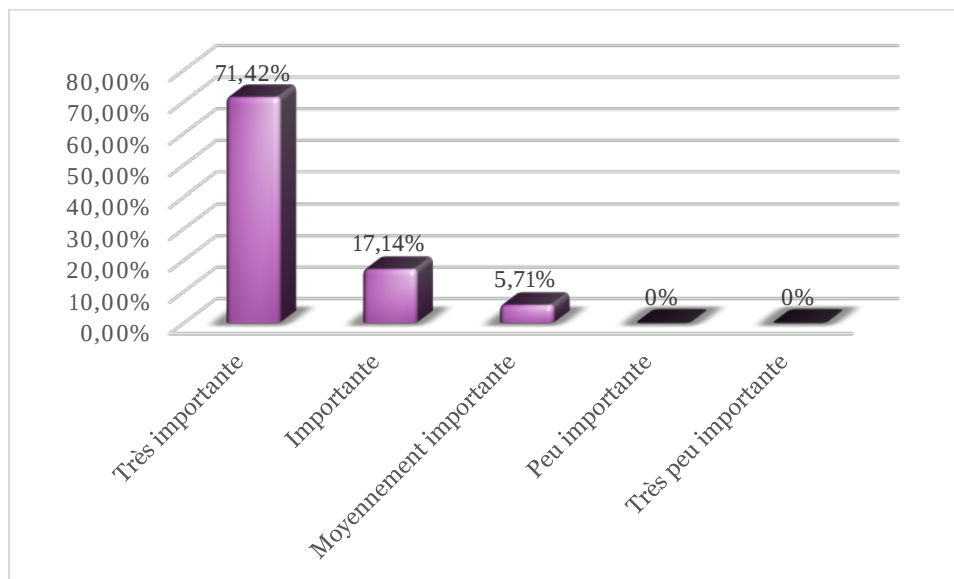


Tableau 31 – Répartition en pourcentage des TCA qui utilisent ou non les médias sociaux

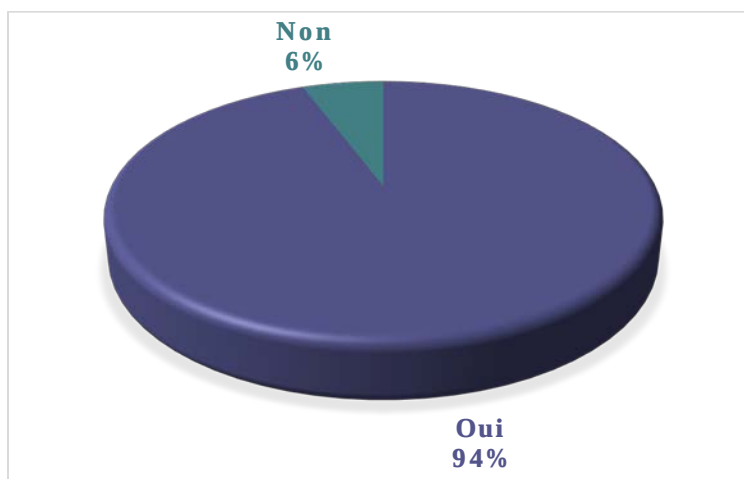


Tableau 32 – Répartition en pourcentage des médias sociaux qu'utilisent les TCA

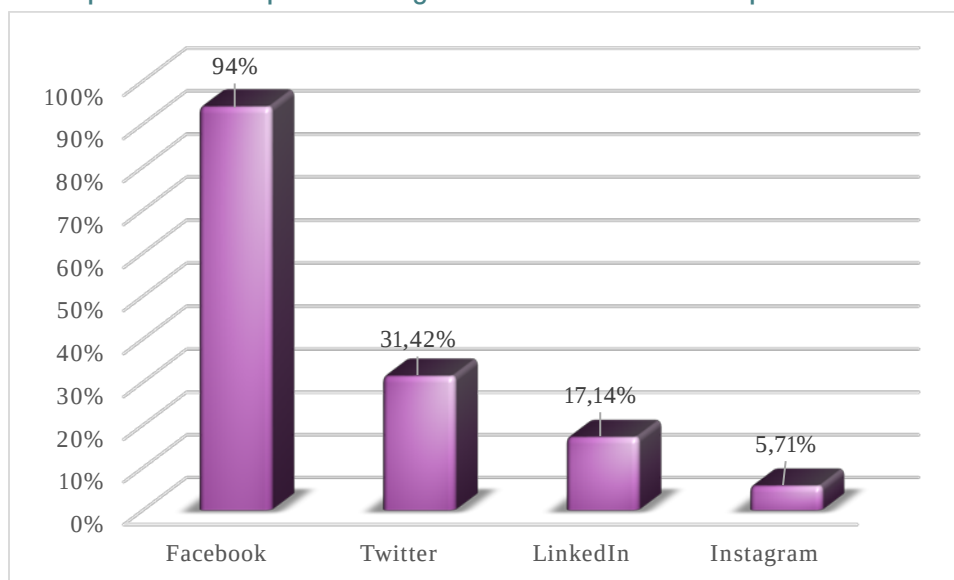


Tableau 33- Répartition en pourcentage de l'importance des médias sociaux pour le rayonnement des TCA

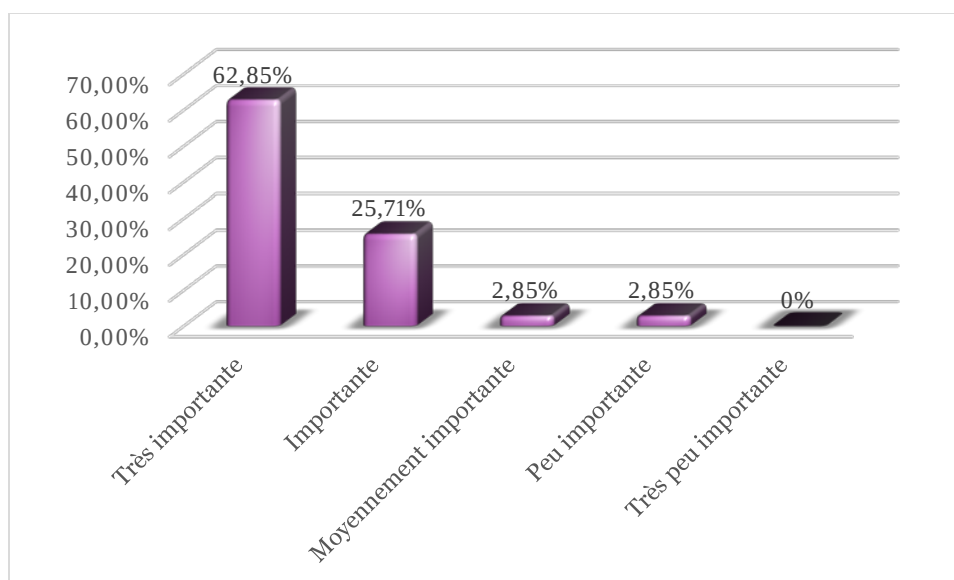


Tableau 34 – Répartition en pourcentage de l'importance des médias sociaux pour le rayonnement des émissions de la TCA

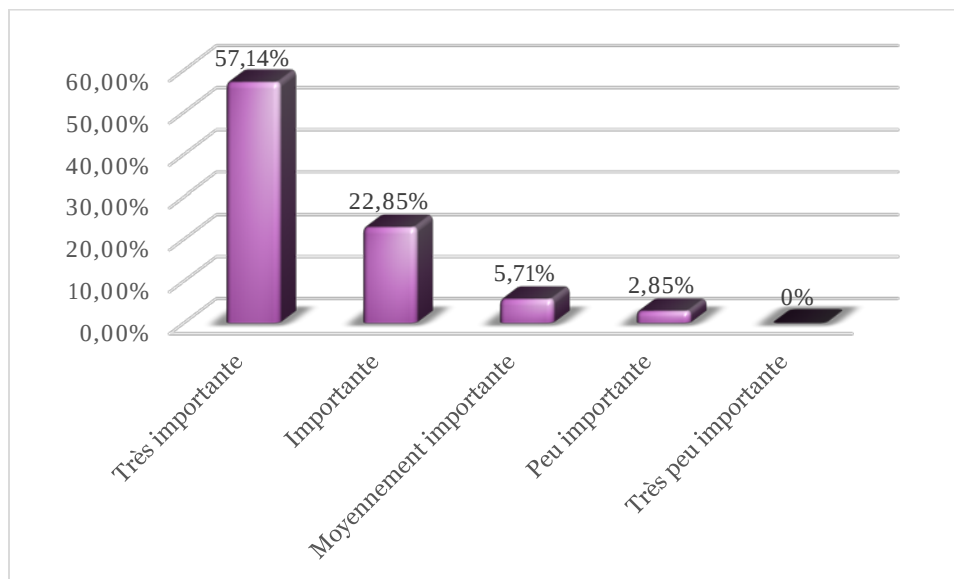


Tableau 35 – Répartition en pourcentage des plateformes de diffusion sur le web utilisées par les TCA

