



MÉMOIRE

présenté à

Commission de la culture chargée de tenir des auditions publiques dans le cadre de la consultation générale portant sur «Les impacts de propriété dans l'industrie des médias et des télécommunications sur la qualité, la diversité et la circulation de l'information et sur la culture québécoise».

**LE CENTRE DE RESSOURCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS
(CREM)**

Montréal, le 31 janvier 2001

TABLE DES MATIÈRES

Le Centre de ressources en éducation aux médias.....	page 3
Le paysage de la propriété des médias au Québec.....	page 4
Incidence des mouvements de propriété.....	page 7
Un enjeu pour les «publics-citoyens».....	page 9
Recommandations.....	page 11
Annexe I : L'éducation aux médias.....	page 12
Annexe II : Le CLEMI.....	page 13
Annexe III: Les membres du CREM.....	page 14

LE CENTRE DE RESSOURCES EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS (CREM)

Fondé en 1998, le Centre de ressources en éducation aux médias (CREM) est un organisme autonome et sans but lucratif (Loi sur les compagnies, Partie III, L.R.Q., chap. C-38, art.218). Il a été créé pour accompagner les personnels scolaires dans l'implantation et le développement du volet «Médias, *domaine d'expérience de vie*» des jeunes à l'intérieur du nouveau programme de formation de l'école québécoise. Le CREM s'est aussi donné pour mission de promouvoir l'éducation aux médias auprès des citoyennes et des citoyens.

Le CREM regroupe des partenaires individuels, des associations et des institutions des secteurs privés, publics et parapublics impliqués dans les milieux de l'enseignement et de la recherche, des communications, des médias et des organisations communautaires et syndicales (enseignants).

Le CREM conçoit des outils et des projets pédagogiques, dispense des activités de formation, produit des recherches et offre l'accès à des ressources documentaires en éducation aux médias. Toutes ses activités sont produites par des éducateurs, des enseignants, des chercheurs et des gens des médias expérimentés en recherche-action et en formation dans le champ de l'éducation aux médias: la télévision, la radio, les films, les jeux sur console ou ordinateur, les sites Web, les musiques, les livres et magazines, la presse écrite et électronique, les cédéroms, les affiches et les photographies, les bandes dessinées, la publicité et les produits dérivés de l'industrie médiatique.

Centre de ressources en éducation aux médias (CREM)
Faculté de l'éducation, bureau N-2110
Université du Québec à Montréal
Casier postal 8888, Succursale Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 3P8

téléphone : (514) 987-3000 # 2559
courriel : pichette.michel@uqam.ca

Le paysage de la propriété des médias au Québec¹

La concentration dans la presse quotidienne

Avec la possibilité de conclusion prochaine de l'achat des quotidiens d'Unimedia par Gesca/Power, 97,2% des journaux québécois appartiendront dorénavant à deux groupes : Quebecor et Gesca/Power. Seul le quotidien *Le Devoir* (3,5 % du tirage québécois) demeure indépendant.

Si Quebecor concentre une bonne partie du marché de la presse écrite au Québec il a aussi fait l'acquisition en 1997 de la chaîne de télévision Télé Quatre Saisons (TQS, mise en vente toutefois en septembre 2000) et devrait obtenir sous peu (avec la Caisse de dépôt et du placement du Québec) la prise de contrôle du câblodistributeur numéro un au Québec, Vidéotron, propriétaire de la chaîne de télévision TVA. C'est le groupe québécois le plus important dans le secteur des communications. Il est suivi par le Groupe Transcontinental (GTC) qui s'est développé autour de la presse magazine et de la presse d'affaires.

La concentration dans la presse hebdomadaire

Quebecor et le groupe Transcontinental sont les deux entreprises qui dominent la presse magazine. En 1997, le groupe Transcontinental possédait presque 33% du marché contre un peu plus de 16% pour Quebecor. Quant à la distribution, elle est contrôlée par trois groupes : les messageries de presse Benjamin, les messageries Dynamique et les messageries de presse internationale. Notons enfin que la publication la plus vendue en langue française au Québec est d'origine étrangère, puisqu'il s'agit du magazine *Sélection* du Reader's Digest.

La presse alternative

La presse écrite alternative connaît bien des difficultés depuis les années quatre-vingt. Les publications parallèles, qui avaient été créées dans les années soixante autour des mouvements de contestation québécois ont connu un reflux important.

La radio : une rentabilité et une concentration moyennes

La radio a notamment été touchée par la tendance à la concentration en 1994 lorsque les entreprises Télémédia et Radiomutuel ont proposé de créer un nouveau réseau, baptisé Radiomédia, qui a obtenu de fait le monopole de la diffusion d'informations radiophoniques de la part d'un organisme privé au Québec. La radio demeure cependant le secteur des médias où la concentration du capital est la moins importante: le réseau Radiomutuel possédant 10,5% des parts de marché et le réseau Télémédia en possédant 9,6%. Toutefois, la situation pourrait évoluer avec la convergence entre les secteurs de l'audiovisuel, de l'informatique et des télécommunications et avec le développement de contenus multimédia mêlant textes, images et sons. En témoigne le

¹ Ces données sont extraites d'un document produit par le Réseau Éducation-Médias, membre du CREM.

fait qu'en 1999 Astral a pris possession de Radiomutuel, qui est devenu à cette occasion un acteur majeur de la radio.

La télévision : une forte augmentation des services mais une concentration bien réelle

Les chaînes généralistes

À la télévision, l'augmentation des services s'est accompagnée d'une augmentation de la concentration du capital. En ce qui concerne la télévision généraliste, il y a deux réseaux privés francophones au Québec: TVA et TQS. Il y a aussi deux réseaux privés anglophones: l'un pan-canadien, CTV, et l'autre présent dans une forte majorité de provinces, dont le Québec, Global. Le groupe TVA, qui possède le réseau TVA, appartient au groupe Vidéotron, le principal câblodistributeur au Québec, qui contrôle au total 29,2% du marché de la télévision et dont l'offre d'achat par Quebecor et ses partenaires (dont nous avons déjà vu la place importante au sujet de la presse écrite) a été acceptée par ses actionnaires et est en attente d'approbation par le CRTC. TQS appartient pour le moment au groupe Quebecor, mais a été mis en vente en septembre dernier à la suite de l'acceptation de l'offre d'achat de Vidéotron. Enfin, il y a trois réseaux publics: deux pan-canadiens, dans chacune des deux langues officielles du pays, (Société Radio-Canada et Canadian Broadcast Corporation) et l'autre pan-québécois en français, Télé-Québec.

Les chaînes spécialisées

Depuis 1984, le nombre de services distribués par ces entreprises a nettement augmenté. En langue française, les premières chaînes autorisées ont été Canal Famille, Météomédia, Musique Plus et TV5 en 1988, le Réseau des Sports (RDS) en 1989, Canal D et le Réseau de l'information (RDI) en 1995, Le Canal Nouvelles (LCN), Le Canal Vie, Musimax et Teletoon en 1997, Canal Évasion, Canal Z, Historia et Séries Plus en 1999, ce qui fait un total de 15 chaînes. Il y en a par ailleurs 29 en anglais et 5 dans des langues tierces.

- Canal Famille et Canal D appartiennent au groupe Astral, qui possède aussi 50% des parts dans Séries Plus et dans Historia (les 50% autres étant la propriété d'Alliance Atlantis).
- Canal Vie et Canal Z appartiennent à Radiomutuel (Astral) à 100% alors que ce dernier possède 50% des actions de Musique Plus, de Musimax (les 50% autres étant la propriété du groupe CHUM Ltd.).
- RDI, RDS et LCN appartiennent respectivement à la SRC, à Netstar et à TVA.
- La Télé des Arts, récemment acceptée par le CRTC, est parrainée par Radio-Canada, Télé-Québec, BCE Média inc., la Sept Arte et l'Équipe Spectra.
- La télévision payante : The Movie Network en anglais et Super Écran en français, tous deux propriété d'Astral.
- La télévision à la carte : Canal Indigo appartient à Viewer's Choice (Rogers, Astral et NetStar); Sports/Specials Pay-per-view (dont le principal actionnaire est CTV, qui vient d'être racheté par BCE).

Comme on peut s'en rendre compte, malgré la multiplication des services depuis le début des années 80, on retrouve souvent les mêmes noms. La concentration en matière de propriété s'est accrue en 1999 lorsqu'Astral est devenu l'actionnaire majoritaire de Radiomutuel, ce qui lui permet d'avoir des parts dans 10 des 15 services spécialisés en français.

La télévision communautaire

En complément des secteurs public et privé, il y a aussi la télévision communautaire, diffusée sur un canal du câble. C'était du moins une obligation jusqu'au 1^{er} janvier 1998 pour les câblodistributeurs. Ces derniers ne sont maintenant plus contraints de rendre accessible à leur public un canal consacré à des émissions de télévision communautaire. Nous verrons si ce type de télévision survivra dans les années à venir dans un contexte marqué par la recherche de la rentabilisation maximale.

Les services de distribution : la multiplication des moyens de diffusion

Au Québec, Vidéotron et Cogeco se partagent 85% du marché de la câblodistribution (73,2% pour Vidéotron à la suite du rachat, en 1996, de l'un de ses deux concurrents, CFCF, et 11,7% pour Cogeco). Même avant l'acquisition de Vidéotron par Quebecor, ils possédaient déjà la moitié des stations de télévision traditionnelle.

Depuis la moitié des années quatre-vingt-dix, la distribution de services par satellite concurrence la transmission par voie hertzienne traditionnelle et la câblodistribution. Elle est assurée par les entreprises BellExpressVu et Star Choice. Enfin, la transmission par voie hertzienne est maintenant aussi utilisée dans le cas du système de distribution multipoints (SDM). Au Québec, l'opérateur est Look TV.

Internet

Avec l'acquisition de Vidéotron, une entreprise d'accès haute-vitesse à l'Internet, Quebecor détient dorénavant une participation majoritaire dans Netgraphe (qui édite notamment le portail « InfiniT », le répertoire « La Toile du Québec » et « Multimédium »), il édite les portails Canoe et Canoë, les sites IciMontréal et IciQuébec, il contrôle les magazines de Trustar (son futur pôle de divertissement), possède la firme de solutions d'affaires électroniques Nurun (ex-Infomission/Intellia), les quotidiens *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* (Publicor) l'hebdomadaire *Ici* et, prochainement la chaîne de télévision TVA.

Bell, qui a créé le portail Sympatico, a lancé un nouveau Sympatico en collaboration avec le portail états-unien Lycos, édite les sites d'information et de divertissement Montrealplus.ca et Quebecplus.ca, vient d'acquérir la chaîne de télévision CTV en plus de se lancer dans les chaînes spécialisées, contrôle 45% de l'entreprise d'intégration informatique CGI (via la maison-mère BCE), s'est lié à l'hebdomadaire montréalais *Voir* et possède Bell Nexxia (accès Internet). Ne lui manquait qu'un quotidien, qu'elle vient d'obtenir tout récemment en créant avec le groupe de presse Thompson (qui possède le *Globe and Mail*) un nouveau géant des communications.

À l'échelle québécoise, un seul grand éditeur a jusqu'à maintenant résisté à la logique de la concentration : Invention Media, qui a lancé le réseau « Branchez-vous ! » .

Incidence des mouvements de propriété

À l'instar de ce qui se passe à l'échelle mondiale et à la faveur de la convergence technologique, le mouvement de propriété dans l'industrie médiatique québécoise entraîne une concentration de moyens qui permettent à un nombre restreint d'entreprises d'exercer un rôle déterminant dans les champs névralgiques de la vie démocratique, de l'éducation, de la culture et de la consommation.

Leurs journaux, leurs stations de radio, leurs chaînes de télévision, leurs sites d'information en ligne occupent la quasi totalité de l'espace civique où se déroule le débat démocratique. Ces entreprises exercent ainsi un rôle important de leadership dans la vie quotidienne des communautés qu'elles desservent par la diffusion de l'information et par la formation de l'opinion publique.

Ces mêmes journaux, ces stations de radio, ces chaînes de télévision auxquels s'ajoutent ou s'ajouteront des cédéroms, des magazines, des livres et des sites web spécialisés, des documentaires audiovisuels et des productions d'images de toutes sortes (graphismes, affiches, photos, illustrations), sont de plus en plus présents dans le monde de l'éducation où ils sont utilisés par les jeunes et les adultes. Tous ces médias concentrent des ressources d'informations aujourd'hui indispensables et intégrées à la formation dans et hors les établissements scolaires.

Les musiques, les spectacles, les fictions télévisuelles, les jeux, les produits dérivés, les promotions et les publicités, les modèles esthétiques comme les informations scientifiques, dont ces entreprises se font les diffuseurs et/ou les producteurs, influencent massivement le champ des loisirs et de la culture.

Avec ses produits à vendre et les publicités à diffuser pour financer leurs opérations, l'industrie médiatique joue enfin un rôle déterminant en orientant nombre de nos valeurs et de nos comportements dans le champ de la consommation.

Une concentration problématique

Les médias sont omniprésents et exercent un rôle déterminant dans les champs névralgiques de la vie démocratique, de l'éducation, de la culture et de la consommation. Par ailleurs, le paysage québécois démontre clairement que les plus importants secteurs de la presse quotidienne et hebdomadaire, de la télévision et de la radio, des services de distribution et d'Internet sont aujourd'hui massivement concentrés entre les mains de quelques groupes privés. Ce mouvement de concentration de la propriété privée dans l'industrie des médias va dans le sens de la complémentarité entre les médias et d'une plus grande inter-pénétration des divers types de médias au plan local, national et international. Ce mouvement s'opère à la faveur des développements technologiques et de l'économie néo-libérale actuelle.

Il n'y aurait pas lieu de s'inquiéter de cette réalité si elle ne risquait pas d'affecter la qualité, le pluralisme et la diversité des opinions, des idées et des sources d'information. Il n'y aurait pas lieu de s'en préoccuper si elle procurait des avantages à la société civile et ne risquait pas d'entraîner les médias dans la direction d'une réduction de leur

vocation de «service public» au rôle de simple fournisseur de contenus informationnels commercialisables.

Risque d'uniformisation

Au début des années 80, la Commission Kent s'était penchée sur les liens entre le type de propriété d'une entreprise et la qualité de l'information dispensée. Elle avait noté qu'au fur et à mesure que l'on s'éloigne du statut d'entreprise indépendante et que l'on passe, par exemple, du statut de journal parmi d'autres à celui de simple filiale de conglomerat, le service rendu (l'information) perd de son importance au profit de la recherche du rendement financier. On risque alors de diminuer, sinon supprimer, tout travail jugé non rentable. Parce qu'elle favorise des économies d'échelle, la concentration de la propriété peut mener à une certaine uniformisation des contenus informationnels au détriment de la diversité.

La concentration de la propriété donne lieu le plus souvent à des mesures de rationalisation qui entraînent forcément des réductions de dépenses et d'effectifs. Le danger, ce n'est pas que de telles mesures soient instituées, c'est plutôt qu'elles le soient à la lumière de critères qui ne conviennent pas nécessairement à ce genre d'entreprise.

Risque de marchandisation des contenus informationnels au détriment de la mission de «service public» des entreprises médiatiques

Le développement des médias a toujours été caractérisé par la coexistence de plusieurs motivations plus ou moins complémentaires, plus ou moins contradictoires. On retrouve d'un côté des personnes qui, conscientes de leur nature de «service public», cherchent à faire des médias un moyen de communication démocratique et, de l'autre, des personnes qui cherchent avant tout à rentabiliser leurs activités. Traditionnellement, la présence de médias appartenant à des propriétés diversifiées et celle de médias publics forts répondant à une mission sociale, éducative et culturelle offraient un contrepoids aux activités menées selon des impératifs de rentabilisation du capital. L'équilibre obtenu par cette diversification freinait le processus de marchandisation.

La réalité actuelle suggère que cet équilibre est rompu. On voit croître la domination et la concentration d'entreprises du secteur privé dans le vaste secteur de la communication où l'intérêt du potentiel économique qu'il représente ouvre la porte à la marchandisation progressive de l'information, de l'éducation et de la culture. Une marchandisation qui peut aller jusqu'à privilégier le sensationnalisme, le fait divers, le sport ou encore des contenus d'information moins riches, plus limités, orientés et plus superficiels.

Risque pour la liberté de l'information

Le contrôle trop grand d'un même groupe entraîne des dangers sérieux pour la liberté de l'information et des opinions. Partout où un groupe financier exerce un contrôle direct sur une entreprise médiatique, on ne saurait s'attendre à ce que celle-ci traite avec une

réelle liberté des sujets reliés aux intérêts de son propriétaire. On peut aussi s'attendre à ce qu'elle privilégie la promotion des activités diversifiées du groupe.

Risque pour le pluralisme

Si la concentration entraîne la multiplication de médias de tous ordres, comme en témoigne le paysage médiatique québécois, elle n'en diminue pas moins la quantité et la pluralité des sources d'information aussi bien que la diversité des orientations «éditoriales» qui président au choix des informations et à leur alimentation comme au développement des activités médiatiques diversifiées des groupes.

Un enjeu pour les «publics-citoyens» des médias

Pour le Centre de ressources en éducation aux médias (CREM), l'un des enjeux majeurs du contexte problématique dont nous venons de parler consiste à assurer aux publics-citoyens, jeunes et adultes, les moyens d'être vigilants, critiques et exigeants à l'égard d'un paysage médiatique où les réalités de la concentration et de la convergence menacent plus qu'hier le pluralisme, la diversité et la qualité des contenus tout comme elles posent des difficultés au repérage des sources d'information.

Sans exclure l'idée qu'il y ait plusieurs avenues possibles pour contrer ces risques, nous en retenons une dont plusieurs expériences d'ici et d'ailleurs, notre propre expertise et nos activités permettent de bien justifier la pertinence. Nous pensons que la réalité de la concentration médiatique pose à la société le devoir d'offrir à tous les citoyens les moyens d'acquérir des habiletés de «lecture» et d'usage critiques des produits médiatiques de tout ordre qui s'offrent quotidiennement dans les champs de la vie démocratique, de l'éducation, de la culture et de la consommation. Les citoyens ont accès à un nombre croissant d'informations qu'ils peuvent utiliser pour former, exprimer leur opinion et agir. Il importe de s'assurer qu'ils puissent traiter et utiliser ces informations, être en mesure de les situer et de s'en servir pour former leur opinion et participer ainsi à la vie démocratique, culturelle, etc.

Nous proposons à cet égard de privilégier la voie tracée depuis plusieurs années par les expériences d'éducation aux médias², d'ici et d'ailleurs. Des expériences concluantes qui permettent de mieux comprendre les médias pour pouvoir s'exprimer, être critique face à eux et agir en conséquence.

Généralement réalisées et réalisables avec le partenariat des médias eux-mêmes *mais en toute indépendance*, ces expériences sont diverses, multiples et permettent de rejoindre les jeunes comme les adultes. Mentionnons ici, à titre d'exemple, les réalisations du Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (CLEMI, France)³, du Conseil de l'éducation aux médias de Belgique⁴, du British Film Institute

² Voir Annexe I

³ Voir Annexe II

⁴ Voir : <http://www.cfwb.be/cem/FRAM001.HTM>

(Royaume-Uni)⁵, du programme d'éducation aux médias de l'école ontarienne et, ici même, la *Quinzaine de l'éducation aux médias* réalisée l'an dernier par le Conseil pédagogique interdisciplinaire du Québec (CPIQ)⁶, les projets en cours tels que *La toile et les jeunes* du Réseau Éducation-Médias⁷, *Radio Enfant 2001 (CREM et l'Atelier Radio enfant)*⁸, *l'Actualité et le Journal en classe*⁹ réalisé pour le moment par la Commission scolaire des Découvreurs, le CREM, Septembre Média, le Réseau Éducation-Médias, Micro Intel et le secteur des nouveaux médias de Radio-Canada.¹⁰

Au Québec, une telle voie est devenue possible et prometteuse depuis que le ministère de l'Éducation a inscrit dans le nouveau Programme de formation des jeunes, du préscolaire au secondaire, le nécessaire au développement des habiletés de la pensée critique et l'intégration des «Médias, domaine d'expérience de vie» dans tous les enseignements.

Si cette préoccupation n'est pas encore présente dans les autres paliers de l'enseignement, nous pensons qu'il est possible de l'envisager, tout comme il est pensable de concevoir des moyens adaptés d'éducation aux médias à l'intention de la population en général.

Comme on peut l'imaginer, à la différence de l'éducation *par* les médias qui consiste à utiliser les productions médiatiques de tout ordre comme moyen ou support à l'enseignement, l'éducation *aux* médias est un élément du programme de formation relativement nouveau pour l'école et son personnel enseignant. On comprendra aussi que son «projet éducatif» reste encore largement méconnu dans les autres paliers d'enseignement comme dans la population en général.

S'il nous apparaît que nous sommes ici en présence d'un programme d'actions éducatives riche de la maturité que lui accordent ses longues années de développement et d'expérimentation, le développement efficace de l'éducation aux médias, au Québec, a aujourd'hui, plus qu'hier, besoin de ressources et de moyens à la mesure de ses objectifs dans le paysage médiatique que nous connaissons. ***Nous pensons à cet égard que l'industrie médiatique a ici une responsabilité sociale à assumer en contribuant de ses ressources au développement d'un tel programme qui permet d'offrir une alternative aux risques qu'engendrent les réalités de la concentration pour leurs propres publics-citoyens.***

⁵ Pour un survol des expériences internationales, on pourra consulter Cary Bazalgette, Evelyne Bevert et Josiane Savino (1992). *L'éducation aux médias dans le monde : nouvelles orientations*. Londres/Paris : British Film Institute/CLEMI, 256 p.

⁶ <http://education-medias.conseil-cpiq.qc.ca/>

⁷ Voir <http://www.latoilelesjeunes.org/>

⁸ Voir <http://w3.franco.ca/radioenfant/>

⁹ Voir <http://www.actualiteenclasse.com>

¹⁰ Le projet *l'Actualité en classe* a débuté en 1999 grâce à une subvention du Fonds de l'Autoroute de l'Information. Sa poursuite s'inscrit dans le cadre du mandat confié au CREM par le ministère de la Culture et des Communications (politique du livre et de la lecture) à la suite des recommandations issues d'une évaluation de l'expérience *Le Journal en éducation* patronnée par l'Association des quotidiens du Québec dans les années '80-'90.

Nos recommandations

Nous recommandons à votre Commission de la culture de concevoir les modalités par lesquelles les entreprises médiatiques du Québec seraient incitées :

- à contribuer substantiellement à un Fonds québécois permanent consacré au développement de l'éducation aux médias auprès des jeunes dans le milieu scolaire et de la population en général;
- à faciliter l'accès (gratuit ou à coût réduit) à leurs productions et à leurs ressources humaines pour des fins d'activités d'éducation aux médias dans le milieu scolaire et dans la population en général;
- à promouvoir l'éducation aux médias dans leurs médias.

Enfin, compte-tenu de leurs missions respectives qui comportent des liens étroits avec l'éducation aux médias, nous recommandons que :

- le ministère de l'Éducation, le ministère de la Culture et des Communications, le ministère de la Famille et de l'Enfance, le ministère de la Solidarité sociale, le ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration soient associés au développement d'un programme conséquent d'éducation aux médias dans la société québécoise.

Les jeunes et l'éducation aux médias

- **Comprendre les médias**
- **S'exprimer par les médias**
- **Être critique face aux médias**

C'est rendre le jeune capable :

1. de comprendre les messages médiatiques par la maîtrise de méthode d'analyses des contenus;
2. de se connaître comme récepteur de contenu (consommateur, téléspectateur, destinataire, etc.) afin de pouvoir choisir et gérer consciemment son exposition médiatique;
3. d'évaluer et de gérer la place de l'univers médiatique dans ses activités de loisir et d'apprentissage par rapport à celles d'autres activités;
4. de développer un esprit critique par rapport au réel et à sa représentation par la compréhension des processus de construction de la «réalité médiatique»;
5. de s'approprier les codes nécessaires et de maîtriser les éléments créateurs de sens, notamment les technologies et les techniques de communication;
6. de percevoir les dimensions socioéconomiques et les pouvoirs d'influence sociopolitiques des médias sur les comportements individuels et sociaux afin de pouvoir influencer les contenus et intervenir dans l'univers médiatique par la connaissance des moyens d'intervention;
7. d'évaluer et d'apprécier les dimensions esthétiques des contenus médiatiques;
8. de produire et de créer ses propres messages en recourant aux processus de construction médiatique.

Le Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (CLEMI)

Bien que ses activités soient développées en étroite collaboration avec les médias, le CLEMI est une organisation autonome qui ne dépend ni des journaux, ni d'autres médias, pour son fonctionnement et son financement. L'organisme a été créé en 1983 et relève du ministère de l'Éducation, de la Recherche et de la Technologie. Il gère de manière autonome son budget et les activités de formation et d'éducation aux médias dont il assure la promotion.

La création du CLEMI a constitué une reconnaissance explicite de la part du gouvernement français de «l'importance dans nos sociétés de l'information, notamment de l'information véhiculée par les médias, de la nécessité pour le système éducatif, d'assumer un rôle moteur de travail critique et de repérage des messages».

La mission du CLEMI en est une d'éducation à la citoyenneté qui reconnaît la «nécessité d'un apprentissage critique à l'information, quel qu'en soit le support, écrit, radiodiffusé, télévisé, pour que l'enfant, l'adolescent soit demain un citoyen responsable, plus susceptible de discerner les séductions des messages et leur manipulation».

Pour le CLEMI, c'est autant en encourageant l'expression des élèves (via les journaux scolaires) que par l'étude des médias en classe que doit se réaliser cette nouvelle éducation à la citoyenneté. Au CLEMI, on attache ainsi autant d'importance aux programmes de formation pour les enseignants, qui sont organisés par le bureau national de Paris, qu'aux activités comme *la Semaine de la Presse à l'École*, qui mobilise sur une grande échelle des enseignants et des élèves de toutes les régions du pays, ou encore par le programme *Fax* qui encourage la création de journaux d'élèves réalisés conjointement par des élèves d'établissements de différentes régions de France, d'Europe ou ailleurs dans le monde.¹¹

¹¹ Pour plus d'informations, on pourra consulter le site web du CLEMI: <http://www.clemi.org>.

ANNEXE III

Le conseil d'administration du CREM (2000-2001)

Président : Alain Laramée, directeur de l'Unité d'enseignement et de recherche sciences humaines, lettres et communications, Télé-université

Vice-présidente (pédagogie) : Maureen Baron, Multimedia Administrator, The English Montreal School Board

Secrétaire-trésorier : Alain Pélissier, secrétaire-trésorier de la Centrale des syndicats du Québec

Officiers : Cécile Béliveau, formatrice et chercheure en éducation aux médias; Brigitte Charest, conseillère pédagogique, École secondaire Jean Groulx; Geneviève St-Maurice, enseignante, École des Petits Cheminots; Éric Demers, chargé de projet, Septembre Médias/ l'Infobourg; Michel Roussy, Ministère de l'Éducation, Direction régionale de la Montérégie; Carole Poirier, Secteur des nouveaux médias, Société Radio-Canada

Membres fondateurs

France Aubin*, coordonnatrice, Réseau Éducation-médias; Maureen Baron, Multimedia Administrator, The English Montreal School Board; Pierre C. Bélanger*, Direction des nouveaux médias, Société Radio-Canada; Cécile Béliveau, ex-enseignante, chercheure et formatrice en éducation aux médias; Judy Brandeis, ex-enseignante, formatrice en éducation aux médias; Guy Brouillette*, Direction des communications, CEQ; Lorraine Cadotte, chercheure et formatrice en éducation aux médias; Serge Carrier, président, Micro-Intel; Stéphanie Dansereau, professeure, Sciences de l'éducation, UQAM; François Demers, professeur, Information /communication, Université Laval; Winston G. Emery, professeur, Faculté d'éducation, Université McGill; Marie-France Ferland, Formation et éducation, Ministère Culture et Communications; Micheline Frenette, professeure, Groupe de recherche sur les jeunes et les médias, Université de Montréal; Gaston Gauthier, Regroupement inter-organismes pour une politique familiale au Québec; Clément Laberge, Directeur, Septembre-Médias/Infobourg; Alain Laramée, professeur et directeur, Unité d'enseignement et de recherche Sciences humaines, lettres et communications, Télé-université; Estelle Lebel, professeure, Information et communication, Université Laval; Michel Pichette, Faculté d'éducation, Université du Québec à Montréal; Jacques Piette, professeur, Lettres et communications, Université de Sherbrooke; Marielle Raïche, formatrice, Secteur des communications, Centre Saint-Pierre; Michel Roussy*, Régie du cinéma; Lee Rother, enseignant et président de l'Association for Media Education in Québec; Michel Roy, président, Conseil de presse du Québec.

(*) fonction occupée au moment de la fondation

Membres observateurs

Marie-France Ferland, Ministère de la Culture et des Communications du Québec
Nicole Gagnon, Direction de la formation générale des jeunes, Ministère de l'Éducation du Québec

Direction générale

Michel Pichette, Faculté d'éducation, Université du Québec à Montréal