2M11-3439.7

Université de Montréal

Échos de la marge :
Médias alternatifs et émancipation citoyenne

par

Isabelle Mailloux-Béïque

Département de communication
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de
Maître es sciences
en sciences de la communication

Juin 2006

© Isabelle Mailloux-Béïque, 2006

Faculté des études supérieures
Grade conféré
à compter du
2006 AOÛT 03
Université de Montréal

P
90
U54
2006
v.021

Université de Montréal

Direction des bibliothèques

AVIS

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :

Échos de la marge :
Médias alternatifs, émancipation et citoyenneté

présenté par

Isabelle Mailloux-Béïque

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Dominique Meunier
Président-rapporteur

François Coreen
Membre du jury

Marc Raboy
Directeur de recherche

Chantal Benoît-Barné
Codirectrice de recherche

SOMMAIRE

Ce mémoire met en lumière le processus d'émancipation vécu par les artisans des médias alternatifs, plus particulièrement les non-professionnels, habituellement exclus de la production médiatique. En effet, le champ des médias alternatifs déjà sous-développé dans les recherches en communication s'est jusqu'à maintenant davantage attardé à des éléments de définition et de caractérisation au détriment de l'expérience vécue par les artisans. J'ai voulu prendre comme point de départ ces expériences pour mieux comprendre l'importance et la nécessité de ces médias au sein de la conjoncture médiatique et politique actuelle, nommément le resserrement grandissant des liens unissant ces deux sphères ainsi que leur inféodation à la sphère économique dans un contexte de mondialisation.

Les entrevues menées auprès des journalistes de la rue et camelots du journal de rue montréalais, *L'Itinéraire*, révèlent comment les artisans des médias alternatifs s'opposent à l'hégémonie ambiante à travers la production et la diffusion de contenu médiatique. Sensible aux notions de citoyenneté, de démocratie et de changement social, l'analyse qualitative présente des manifestations concrètes de la résistance qu'opèrent ces artisans en plus de faire état des difficultés et des pièges inhérents à cette même posture de résistance.

Ce mémoire illustre de quelle façon les citoyens déployant leur voix au sein des médias alternatifs proposent, selon leurs propres termes, des définitions anti-hégémoniques de catégories sociales construites et soutenues par les forces du *statu quo,* notamment celles de la marginalité. Le processus émancipatoire s'incarne précisément dans cette possibilité de se re-définir d'abord pour soi-même et ensuite pour les autres.

Mots Clés : médias alternatifs, émancipation, marginalité, citoyenneté, journal *L'Itinéraire*

ABSTRACT

This thesis brings into light the *empowerment* process lived by creators of alternative media, most particularly non-professionals, normally excluded from media production. The field of alternative media, under-researched in communication studies, has been so far more concerned with definition and characteristic issues leaving more or less unexplored the lived experiences of those who actually make it happen. I have wanted to start from these experiences to try and understand the importance and necessity of alternative media in a social environment where the political and media spheres are increasingly becoming intertwined with one another and bound up with the economic sphere in a globalisation context.

The interviews done with street journalists and vendors of Montreal's streetnewspaper, *L'Itinéraire,* illustrate how these front line media producers oppose the hegemonic status quo by participating in an alternative media. Sensitive to issues of citizenship, democracy and social change, the qualitative analysis presents concrete manifestations of resistance operated by these people as well as the difficulties inherent to that same posture of resistance.

The thesis shows how citizens in taking back their voices and speaking up in the public sphere through alternative media are able to propose, in their own terms, anti-hegemonic definitions of constructed social categories perpetuated by defenders of the status quo, most particularly the category referred to as marginality. The *empowerment* process reaches its full potential in the possibility to redefine oneself positively and present that redefinition to the rest of the world.

Key words: alternative media, *empowerment*, marginality, citizenship, *L'Itinéraire* streetnewspaper

REMERCIEMENTS

La réalisation d'un projet de cette envergure n'aurait pu être possible sans les merveilleuses personnes qui m'ont accompagnées chacune à leur façon dans cette aventure.

En premier lieu, je désire remercier tout spécialement mes parents – Renée et Alain - pour leur support et leur amour indéfectible qui me porte un peu tous les jours de ma vie et m'est indispensable pour aller au bout de moi-même. Tous les membres de ma famille – Gisèle, Yvan, Mimi, Ian, Sylvie, Claire, Denis – participent aussi à me donner l'élan dont j'ai besoin pour voler un peu plus haut, un peu plus loin, et pour ça, je vous dois beaucoup.

Je tiens à exprimer ma gratitude aux différents organes qui ont accordé du financement au projet ainsi qu'à son auteure. À ce titre, je remercie le Fonds québécois de recherche sur la société et la culture de m'avoir attribué une bourse de recherche ainsi que le Centre d'études sur les médias pour la bourse Bell Globemédia. Ma gratitude va aussi au Département de communication pour l'attribution d'une bourse de bienvenue et d'une bourse de rédaction, toutes deux venues à point dans mon parcours. Ce soutien financier m'a permis de réaliser mon projet avec aplomb et sérénité évitant l'endettement typique et regrettable de ceux et celles qui poursuivent des études de deuxième cycle.

Bien qu'il soit de nature académique, ce projet a pris naissance au cœur de mon implication au sein du collectif Centre des médias alternatifs du Québec (CMAQ) où j'ai pu côtoyer des personnes qui aspiraient comme moi à voir le monde se transformer. Les heures passées dans des réunions, jamborees, activités de financement et de recrutement, les

innombrables discussions avec Frédéric, Andrea, Sonia, Patrick C., Patrick L., Paul, Omar, Chad, Stéphane et tous les autres sont à la base de la curiosité qui a nourrit ce mémoire et continué de l'alimenter tout au long de sa réalisation. L'univers des médias alternatifs à Montréal demeure relativement petit mais ô combien dynamique et riche; à tous les artisans passionnés et acharnés des médias de la marge, bravo et merci.

Même s'il est s'enraciné dans le feu de l'action, mon projet n'aurait pu s'épanouir pleinement sans la confiance et la sollicitude que m'ont accordées mes deux directeurs de recherche, Marc Raboy et Chantal Benoît-Barné. Ils ont généreusement partagé leur expérience et leur temps afin de faire évoluer le mémoire mais plus important encore, l'enthousiasme et la conviction qu'ils ont toujours témoignés dans leurs échanges avec moi m'ont donné la force et l'envie nécessaires pour mener ce projet à terme. Je suis aussi reconnaissante d'avoir rencontré sur mon chemin deux femmes qui furent, probablement sans le savoir, des sources d'inspiration et de motivation pour moi - Line Grenier et Dominique Meunier. Je souhaite aussi rendre hommage au personnel de soutien du Département de communication, à mes collègues, à tous mes professeurs pour avoir contribué à rendre mon passage à l'Université de Montréal des plus agréables.

Puis, je ne peux passer sous silence ceux et celles qui ont donné tout le sens et la profondeur à ce projet - les gens de *L'Itinéraire*. L'équipe de la rédaction n'a pas hésité à m'ouvrir les portes de l'organisation et à se rendre disponible. Les journalistes-camelots avec lesquels j'ai fait des entrevues se sont généreusement livrés à moi, me donnant accès à un savoir brut et riche. Le courage, la ténacité et la beauté des journalistes de la rue et des

camelots m'épatent depuis déjà plusieurs années, je me sens donc privilégiée d'avoir pu côtoyer ces êtres extraordinaires d'un peu plus près.

Enfin, je désire remercier mes amis, ces complices du quotidien toujours fidèles et à l'écoute tout au long de cette aventure, – Elsa, Sophie-Anne, Valérie, Julye, Maria, Patrick, Frédéric. Puis à mes deux amours, Paul, merci pour ta tendresse et ta légèreté, toutes deux essentielles à mon bien-être, et Malcolm mon petit rayon de joie, quel beau cadeau de t'avoir dans ma vie.

Enfin, je veux dire un merci tout spécial à Élise de m'avoir offert à maintes reprises son aide précieuse. Pétillante et enthousiaste, elle a prêté son œil d'experte au mémoire contribuant à le rendre, pour le plaisir du lecteur, un peu plus achevé.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE ..... **III**

ABSTRACT ..... **V**

REMERCIEMENTS ..... **VII**

TABLE DES MATIÈRES ..... **X**

CHAPITRE 1: ÉLÉMENTS DE PROBLÉMATISATION **1**

1.1 LE CITOYEN AU TEMPS DU CAPITALISME 1
1.2 LE PROJET NÉOLIBÉRAL EN QUESTION 4
1.2.1 Les effets pervers du capitalisme *4*
1.2.2 La connivence des médias dans le nouvel ordre économique *9*
1.2.3 Les médias, des armes de choix *12*
1.3 EN QUÊTE D'UN AGENDA HUMAIN 15
1.3.1 La riposte citoyenne *15*
1.3.2 Les médias alternatifs québécois: Un milieu en mouvement *17*
1.4 PROBLÉMATIQUE 21

CHAPITRE 2 : PRÉSENTATION DU CAS **23**

2.1 LA GENÈSE DU JOURNAL L'ITINÉRAIRE 23
2.1.1Le milieu communautaire, pilier du projet *23*
2.1.2 Un journal au pouls de l'empowerment, de la théorie à la pratique *24*
2.2 L'ITINÉRAIRE, UN JOURNAL DIFFÉRENT 27
2.2.1 Un journal de rue émancipateur *28*
2.2.2 Un contenu original et pertinent *30*
2.2.3 La distribution, un travail dans la dignité *32*

CHAPITRE 3 : CADRE THÉORIQUE **34**

3.1 L'ESPACE PUBLIC EN QUESTION 34
3.1.1 La contribution d'Habermas *34*
3.1.2 Les critiques du modèle habermassien : espoirs de renouveau démocratique *38*
3.1.3 Mais qu'est-ce qu'un public ? *42*
3.2 DÉMOCRATISER LA DÉMOCRATIE : LE RÔLE DES CONTRE-PUBLICS 44
3.2.1 Une théorie des contre-publics *44*
3.2.2 Au-delà du rapport d'opposition *47*
3.3 QUE SONT LES MÉDIAS ALTERNATIFS ? 51
3.3.1 Une brèche contre le pouvoir symbolique *52*

CHAPITRE 4: MÉTHODOLOGIE **61**

4.1 LE CHOIX DE L'OBJET 61
4.2 LE CHOIX D'UNE APPROCHE : FONDEMENTS ÉPISTÉMOLOGIQUES ET MÉTHODE 62
4.2.1 Fondements épistémologiques *63*
4.2.2 L'étude de cas *65*
4.3 LE TRAVAIL DE TERRAIN ET LA CUEILLETTE DES DONNÉES 68
4.3.1 Accéder et se familiariser au terrain *68*
4.3.2 Le corpus, l'entrevue semi-dirigée *70*
4.4 LE PROCESSUS D'ANALYSE 75

CHAPITRE 5 : ANALYSE DES DONNÉES **79**

5.1 LA MARGINALITÉ OU LE POUVOIR DE SE DÉFINIR 82
5.1.1 La marginalité, caractère constitutif de L'Itinéraire *82*
5.1.2 Le double mouvement de la marginalité *85*

5.1.3 Le poids de l'étiquette : quand la marginalité est imposée *86*
5.1.4 Revendiquer la marginalité, version revue et améliorée *90*
5.2 L'ÉQUILIBRE FRAGILE ENTRE LA QUALITÉ ET LA PARTICIPATION 101
5.2.1 La révision et ses implications *104*
5.2.2 Notions relatives au fonctionnement interne de la production du journal *105*
5.2.3 Les impératifs de la révision : « se faire couper » *109*
5.2.4 Les impératifs de la révision : « se faire corriger » *112*
5.2.5 La collaboration au cœur de l'émancipation *115*
5.2.6 Le public : dialogue entre la marge et la norme *121*
CHAPITRE 6 : EN GUISE DE CONCLUSION **124**
6.1 LA PARTICIPATION MÉDIATIQUE COMME PROCESSUS D'ÉMANCIPATION 124
6.2 ÉMANCIPATION, MARGINALITÉ ET CITOYENNETÉ 128
BIBLIOGRAPHIE **137**
ANNEXE 1: GRILLE D'ENTREVUE **142**

« Le citoyen occidental est comme je l'ai souvent dit *« un nain en matière d'action et un géant en matière d'information »*, au sens où en un demi-siècle il a élargi considérablement sa perception du monde, sans pouvoir élargir proportionnellement sa capacité d'action ».
(Wolton, 1997, p.144)

CHAPITRE 1: ÉLÉMENTS DE PROBLÉMATISATION

1.1 Le citoyen au temps du capitalisme

Devant la domination de plus en plus grande de la sphère économique sur les sphères politique, sociale et culturelle, nous sommes en droit de nous demander quel rôle joue le citoyen dans l'élaboration et la transformation de la société. Le pouvoir grandissant des corporations dans la gouvernance globale contribue au déséquilibre des institutions politiques étatiques et, par conséquent, à la diminution du pouvoir des citoyens dans le déroulement des affaires collectives. Renforcée par l'omniprésence de la publicité, la participation des citoyens est orientée, d'abord et avant tout, par le pouvoir d'achat de chacun en phase avec une conception économiste de la citoyenneté. On s'attend à ce que le citoyen participe à la prospérité économique et intègre le marché capitaliste en tant que consommateur au profit d'un marché entre les mains d'une minorité de groupes et d'individus.

Sous le joug capitaliste, la citoyenneté s'inscrit au sein d'un projet individualiste plutôt que collectif où chacun tente d'améliorer son propre sort dans un environnement social compétitif. Il s'agit de valoriser une culture citoyenne utilitariste et matérialiste à l'intérieur de laquelle les personnes entretiennent des rapports stratégiques entre eux dans un esprit de compétition pour l'utilisation des ressources. Par ailleurs, après que la bureaucratie s'en soit accaparée et l'ait en partie vidée de son sens, la citoyenneté se résume, pour plusieurs, à

À leur tour, les médias conçoivent le citoyen comme un consommateur même si ce dernier parvient parfois à émettre des opinions au sein du débat public dans des espaces restreints tels que le courrier du lecteur de la presse écrite et les lignes ouvertes à la télévision ou à la radio. Il reste que les citoyens ont peu d'opportunités de se faire entendre dans des médias de masse, inscrits dans la logique capitaliste de la marchandisation des biens matériels et symboliques. Élément atomisé de l'auditoire convoité par les annonceurs, le citoyen devient un spectateur du débat public plutôt qu'un de ses acteurs politiques : « This is a business-run society, and the communication system is tailored to suit corporate interest. The role of the citizenry is to conform its ambitions and goals to satisfy the needs of business and profit maximization» (McChesney, 1996, p.117). Cette tendance est symptomatique et à la fois représentative d'un malaise grandissant dans des sociétés qui ont de démocratique davantage le nom que les pratiques.

En revanche, une mouvance mondiale, jonchée d'expériences médiatiques originales, s'organise autour des enjeux de la démocratisation des médias. Mon mémoire porte sur un des aspects de cette lutte, soit l'appropriation citoyenne des moyens de communication. *L'Itinéraire,* journal de rue implanté à Montréal depuis 1994, constituera le lieu d'exploration privilégié pour saisir et approfondir les questions entourant les efforts déployés par les citoyens pour faire entendre leur voix dans l'espace public. Ce journal vise la participation de différentes populations marginalisées et exclues en raison de leur statut social souvent atypique ayant pour conséquences la pauvreté et l'isolement. En écrivant dans le journal ces personnes tentent de révéler des réalités et des points de vue délaissés par les médias de masse, par le fait même ils se revendiquent d'une parole difficilement concédée par ailleurs.

la détention de droits acquis et ne sous-tend plus aucune obligation collective (Helly, 2000, p. 121). Pourtant, davantage qu'un état ou statut, la citoyenneté réfère à des notions d'appartenance et de participation ainsi qu'à un ensemble de pratiques relatives à l'exercice de la démocratie où les droits sont accompagnés de devoirs. « En d'autres termes la citoyenneté porte en elle, l'idée de volonté commune et d'organisation collective à laquelle tous ont une voix, concrétisée par l'*agora*, pour la défendre et la rendre viable» (Hamel, 2000, p. 65). Or, cette dimension constitutive de la citoyenneté, davantage politique qu'économique, s'effrite au profit d'une conception économiste et individualiste. Cette tendance lourde (Helly, 2000) n'en demeure pas moins contrecarrée par des pratiques politiques et démocratiques originales. La résistance au *statu quo* et les luttes qui en découlent se transforment pour faire face aux nouveaux défis que pose le 21e siècle et oxygènent le climat social ambiant.

Hamel (2000) nous dit plus haut que la citoyenneté est portée par l'idée d'une volonté commune et d'une organisation collective où chacun a voix au chapitre. Or, comment le citoyen fait-il entendre sa voix pour influencer l'ordre social ? Bien sûr, la politique traditionnelle comporte des possibilités de participation citoyenne qui se présente souvent sous la forme de choix, le vote étant ici le meilleur exemple. Néanmoins les citoyens s'expriment aussi en marge des cadres institutionnels, notamment à travers une multitude de pratiques et de moyens originaux et créatifs dans un univers parallèle que l'on identifie comme le milieu communautaire, associatif, militant ou encore plus récemment comme la société civile. Les citoyens tentent aussi de faire entendre leur voix dans un lieu de plus en plus convoité et influant, celui des médias, « car si le droit de parler, d'écrire, de se regrouper semble acquis, les moyens de se faire entendre sont loin de l'être » (Sénécal, 1995, p.17).

De ce type de pratiques médiatiques mobilisées au sein des médias alternatifs émerge un processus d'émancipation à travers lequel les citoyens reprennent du pouvoir sur leur vie et s'inscrivent comme des acteurs politiques dans l'espace public. C'est précisément cette piste que je tenterai d'explorer sur le terrain.

Dans le présent chapitre je présente la scène politique et médiatique actuelle où se jouent le nouvel ordre économique mondial tout comme les forces de résistance anti-hégémoniques au sein de sociétés résolument capitalistes.

1.2 Le projet néolibéral en question

1.2.1 Les effets pervers du capitalisme

Les dernières années ont été marquées par une grogne populaire de plus en plus palpable – souvent incarnée par le mouvement altermondialiste – devant les injustices sociales engendrées par l'ordre politique et économique actuel. L'exaspération devant la démesure du capitalisme contemporain contenu dans la critique anti-hégémonique cache une impatience à peine voilée de voir naître des sociétés véritablement empreintes de justice sociale : « Peut-on attendre que la masse extraordinaire de souffrance que produit un tel régime politico-économique soit un jour à l'origine d'un mouvement capable d'arrêter la course à l'abîme ? » (Bourdieu, 1998, p.3)

Nous assistons vraisemblablement au renforcement du néolibéralisme en tant que nouveau paradigme dominant, il s'agit dans les termes de Bourdieu de « [...] la mise en pratique d'une utopie, le néolibéralisme, ainsi convertie en *programme politique,* mais une utopie

qui, avec l'aide de la théorie économique dont elle se réclame, parvient à se penser comme la description scientifique du réel » (Bourdieu, 1998, p.3). Le néolibéralisme légitime ainsi avec force de nouvelles formes de pouvoirs politiques, d'organisations sociales et de productions culturelles renversant en quelque sorte le paradigme antérieur de l'État providence. Soutenu par une foi démesurée dans les lois naturelles d'un marché libre de toutes contraintes, le néolibéralisme teinte de plus en plus les politiques gouvernementales et se répercutent ainsi directement sur la vie des citoyens.

Il est vrai que le phénomène de concentration du capital n'a fait que s'accroître au cours des dernières années, enrichissant indécemment une minorité de plus en plus restreinte de puissants, alors que plus de la moitié de la population mondiale se bat quotidiennement pour se nourrir. Dans le cadre du nouvel ordre mondial, les multinationales détiennent un pouvoir d'action et d'influence jamais vu, à la source d'un déséquilibre politique souvent reconnu comme un déficit démocratique. Boltanski et Chiapello (1999) le confirment, le capitalisme — incarné dans le processus de mondialisation des marchés —, s'est habilement déployé dans tous les domaines de la vie, s'érigeant comme l'idéologie dominante de la fin du siècle dernier: « [it] proposes the liberalization of national markets, the deregulation of capital flows, the lifting of trade restrictions based on environmental or human concerns, and the strengthening of the rights of investors » (Hamelink, 2002, p. 251).

L'hégémonie de la sphère économique sur la sphère politique (Polanyi, 1957) amenuise la souveraineté des États (Raboy, 2003), désormais soumis aux dictats des grands clubs selects (OCDE, G8), des instances supranationales (OMC, FMI, Banque mondiale), des accords et regroupements commerciaux (ALÉNA, APEC, UE) : « Although

corporations have been important players for some time, they are now clearly the dominant political, social, economic, and environmental forces on the planet, eclipsing the nation-state» (Peeples et De Luca, 2002, p. 126).

Ainsi, sous le couvert de la liberté (des entreprises et du marché), le néolibéralisme s'adonne selon Bourdieu à un «programme de destruction méthodique des collectifs» :

> Le mouvement, rendu possible par la politique de déréglementation financière, vers l'utopie néolibérale d'un marché pur et parfait, s'accomplit à travers l'action transformatrice et, il faut bien le dire, destructrice de toutes les mesures politiques [...], visant à mettre en question toutes les structures collectives capables de faire obstacle à la logique du marché. (Bourdieu, 1998, p.3)

Selon cette conception du monde, la vie en général et le marché plus particulièrement s'apparentent à un système organique qui doit absolument être libéré de l'interventionnisme humain pour parvenir à s'autoréguler selon la volonté et l'harmonie naturelles.

Le Québec n'est pas en reste, puisque ses élus prônent à leur tour les bienfaits du néolibéralisme ou ce que Bourque et Beauchemin (1994) appellent *la société à valeur ajoutée ou la religion pragmatique*. Selon cette analyse, le discours politique contribue de façon décisive à la représentation qu'une société se donne d'elle-même. Ces auteurs étudient donc l'évolution du discours néolibéral, entamé sous le gouvernement Bourassa, pour comprendre la nouvelle forme de l'État québécois.

La société à valeur ajoutée tente de produire une société déterminée par le marché. Par conséquent, les valeurs, la morale et l'éthique tendent à se dissoudre sous l'effet du matérialisme et du pragmatisme. Bourque et Beauchemin (1994) font ressortir l'absence

dans le discours néolibéral de références aux acteurs sociaux qui constituent pourtant l'expérience sociale, politique, économique et culturelle en cause. La mondialisation apparaît comme une entité incontrôlable aux forces déterminantes et fatales, tel que le souligne Sénécal (1995) : « [...] ce qui semble décisif dans ce processus de mondialisation, c'est l'intériorisation des modèles de production et de consommation présentés comme universel » (p. 16). Le Québec est condamné à s'adapter et à s'intégrer dans ce nouvel ordre mondial s'il veut y survivre. Le sujet central de l'État n'est pas le citoyen mais le client d'un État gestionnaire dispensateur de services au sein d'une société qui tente de se positionner à tout prix sur le marché mondial. En conséquence, le progrès du Québec se calcule davantage en terme de progrès économique au détriment du progrès social.

Sur la scène mondiale, devant les échecs patents du communisme à soutenir un système social égalitaire, le libre marché se présente comme l'unique voie de la démocratie. Ses défenseurs répandent un discours fataliste abondamment disséminé, notamment à travers les médias de masse. Le gouvernement américain, premier promoteur du projet capitaliste à l'échelle mondiale, se fait même un devoir d'exporter son modèle de démocratie un peu partout à travers la planète. Ainsi, il place les pions sur l'échiquier mondial de façon à élargir son pouvoir déjà tentaculaire, accroissant la portée d'un impérialisme américain, par ailleurs de plus en plus contesté.

Le nouvel ordre mondial profite grandement aux élites en place, aux bonzes des marchés financiers et aux entreprises multinationales qui connaissent une croissance et des profits inégalés. Les deux tiers du commerce international sont contrôlés par les multinationales (Boltanski et Chiapello, 1999, p. 20), enrichissant une poignée d'individus et

appauvrissant les travailleurs et petites entreprises, ceci dans l'ordre normal de la logique néolibérale. Ses défenseurs s'appliquent d'ailleurs à la promotion d'un amalgame douteux entre capitalisme et démocratie :

> Usually the reasoning to support this assumption [free market guaranteeing human rights] is as follows: a society that respects the defence of human rights is a democratic society; democracy is a political arrangement in which people's needs and aspirations are freely expressed and the market is an economic arrangement by which people's needs and aspirations are satisfied. Thus democracy and the free market are a marriage made in heaven! The market is the perfect tool for a democratic social order. (Hamelink, 2002, p. 253)

Force est de constater que la gouvernance globale et économiste établit un cadre d'action politique répondant aux intérêts des multinationales et des nations les plus riches : « Sous le discours faussement universaliste de la doctrine de la globalisation se cache une *Realpolitik* qui consacre la ségrégation sociale face au nouvel univers techno-économique » (Mattelart, 1998, p. 73). Les termes de ce nouvel ordre mondial sont discutés en vase clos. Pourtant, les ententes prises dans ces hauts lieux ont des impacts réels sur la vie des citoyens, même s'ils demeurent les éternels absents de ces forums. En plus d'empiéter sur la souveraineté des États, ce nouvel environnement de la politique mondiale évince habilement les citoyens de la gestion des affaires collectives. Dans les hautes sphères de la nouvelle gouvernance où se joue le monde, ils sont condamnés à rester muets.

Quoi qu'il en soit, l'insatisfaction de nombreux citoyens s'est transformée peu à peu en un mouvement de résistance globale contre la domination des intérêts corporatistes sur le monde (Langlois, 2004). Inscrite dans un processus historique de luttes sociales, la résistance anti-hégémonique appelle des formes diverses de contestation, dont plusieurs passent par la communication.

1.2.2 La connivence des médias dans le nouvel ordre économique

La consolidation fulgurante du capitalisme des 30 dernières années s'est accompagnée d'une série de fusions et acquisitions des entreprises de communication plus inusitées les unes que les autres, contribuant à redessiner le paysage médiatique. Si la concentration des entreprises de communication atteint des proportions inégalées au niveau mondial, le Québec ne donne pas sa place entre les Quebecor, les Canwest et Power Corp. Au Québec, 97,2% de la presse quotidienne est entre les mains de trois entreprises, les 2,8% résiduels reviennent au *Devoir*, seul quotidien indépendant de la province (Raboy, 2001, p. 9).

Il est vrai que les objectifs premiers poursuivis par les médias semblent s'être amenuisés à mesure que le phénomène de concentration des médias prend de l'ampleur.

> [...] le journal qui était auparavant le lieu d'expression d'une ou de plusieurs opinions individuelles prétend maintenant être le reflet de l'opinion publique. Tout cela sous le couvert de l'objectivité de l'expression et au nom d'un public qui n'a d'autres fonction que celle de consommer, quand il n'est pas lui-même un objet de transaction avec les annonceurs. (Sénécal, 1995, p. 31)

Les médias appartenant à de grands propriétaires jonglent avec des intérêts parfois contradictoires entre la mission d'informer le public et le maintien du *statu quo* dont leurs propriétaires profitent allègrement. Le mouvement de concentration qui vise avant tout la profitabilité des entreprises s'accompagne de mesures restreignant le rôle démocratique des médias : réduction des effectifs — mises à pied et diminution des salaires et/ou des conditions de travail —, diminution de la diversité des sources d'information pour les citoyens, liberté journalistique amoindrie devant les contraintes économiques et les relations avec les annonceurs, uniformisation de l'information au détriment de la qualité et des

couleurs locales, imposition d'une ligne éditoriale, dénaturation de l'information transformée en produit de consommation, etc. (Raboy, 2001).

À ce sujet, Gingras (1999) procède à un examen minutieux des relations entre médias et pouvoirs politiques et économiques. L'étude de ces interdépendances permet de mieux comprendre les représentations faites de l'État et du système capitaliste au sein des médias, tout comme la place qu'occupent ces derniers dans les rapports de force entre les différents pouvoirs en tension (État, secteur privé et citoyen). D'ailleurs, le milieu politique et les médias fonctionnent selon des principes analogues: « Ils construisent ensemble la *politique spectacle* [...] les personnages politiques deviennent des *vedettes* et les affaires publiques sont appréhendées comme des shows fondés sur l'exaltation et la performance» (Gingras, 1999, p. 6). L'analyse de Gingras questionne la responsabilité sociale et le rôle démocratique des médias, en péril dans un environnement médiatique sous le contrôle de l'entreprise privée. Aux mains des élites économiques, les médias peuvent difficilement aller à l'encontre des intérêts de leurs propriétaires et des lois du marché qui les guident.

Précisément à cause de la marchandisation grandissante des médias, le système médiatique participe, pour beaucoup, à l'exclusion et à la marginalisation de certains groupes, idées et discours. Il génère et diffuse de l'information à l'intérieur des discours élitistes et conservateurs, et met l'accent considérablement sur les évènements plutôt que sur les enjeux, sur la légitimité sacrée de l'individu propriétaire, sur le contrôle privé des moyens de production, les expertises technocratiques et la sécurité nationale (Hackett, 2000, p. 62). Plusieurs auteurs dénoncent les rapports étroits qu'entretiennent les médias avec le capitalisme et le pouvoir politique (Chomsky & Herman, 1988; McChesney, 1996; Mattelart,

1998; Badgikian, 2000). Ces relations incestueuses se dissimulent difficilement dans le contexte accru de la convergence, accroissant la méfiance des citoyens vis-à-vis des médias et de la classe politique. Les médias imbriqués dans la structure capitaliste s'en trouvent dénaturés: «the historical record of communication regulation indicates [...] once the needs of corporations are given primacy, the public interest will invariably be pushed to the margins » (McChesney, 1996, p. 103). Alors que le sens commun tend vers une association naturelle entre médias et démocratie, la marchandisation des médias rend ce lien de plus en plus ténu, voire illusoire.

Pour Baudrillard (1972), les médias, de par la forme qu'ils prennent, n'autorisent pas la réciprocité ou la réponse, ils interdisent même la communication. Ils répondent plutôt à une logique de transmission et ainsi proscrivent le dialogue :

> Ce qui caractérise les media de masse, c'est qu'ils sont anti-médiateurs, intransitifs, qu'ils fabriquent de la non-communication – si on accepte de définir la communication comme un *échange*, comme l'espace réciproque d'une parole et d'une *réponse*, donc une *responsabilité*, - et non pas une responsabilité psychologique et morale, mais une corrélation personnelle de l'un ou l'autre dans l'échange. (Baudrillard, 1972, p. 208)

C'est dans cette impossibilité de la communication, dans l'architecture médiatique de la non-réponse, que les médias produisent un système de contrôle et de pouvoir. Plusieurs critiques commandent le retour de la communication au sein des médias dans son sens le plus intégral, soit comme un processus dialogique et constitutif (Deetz, 1994).

Devant le pouvoir indéniable des médias de masse, il n'est pas surprenant de constater qu'ils constituent une arme de choix pour l'appareil propagandiste néolibéral (Chomksy & Herman, 1988). Selon la perspective de l'économie politique, ils opèrent dans

un système fermé et exclusif, nient les principes d'échange et de participation sous-jacents à la communication et privilégient la diffusion à sens unique d'une idéologie élitiste perpétuant les rapports de domination traditionnels de la société. Du reste, ils proposent souvent une information événementielle, superficielle et dé-contextualisée, sans ancrages historiques ou repères géographiques, privant les citoyens d'éléments fondamentaux pour réfléchir et approfondir leur compréhension des enjeux traités : « Critics are concerned not just about the media's vulnerability to influence, but to their general contribution to political apathy [...] » (Silverstone, à paraître, p. 23). Enfin, les médias de masse marginalisent le citoyen qui peut difficilement s'insérer dans le processus médiatique ou social en dehors de son rôle de consommateur.

À l'intérieur de ce modèle, le citoyen se voit reconduit dans son rôle de récepteur de messages sans jamais parvenir à prendre une part active dans ce processus communicationnel à sens unique. C'est d'ailleurs une des forces du système médiatique en place : par la consolidation des valeurs individualistes et matérialistes, il contribue à l'appauvrissement de la culture politique et sociale pour son plus grand bénéfice.

1.2.3 Les médias, des armes de choix

Comme l'explique Couldry (2000), qui se réfère à Debord, les médias s'avèrent cruciaux pour la diffusion des interprétations multiples du monde:

> [...] as Guy Debord (1983) pointed out, the media sector is distinctive in that it has as its responsibility the 'representation' of society as a whole. The media process does not merely interact with the rest of society; it has a major impact on how the rest of society understands and imagines itself. (p. 54)

Ainsi, les médias se constituent comme des espaces privilégiés pour une prise de conscience sur le monde et pour la formation de l'opinion publique au sein des sociétés modernes : «They are a space through which everyone can access simultaneously what marks off the 'social' from the private and the particulate» (Couldry, 2000, p. 42). Ils sont au cœur des rapports de force qui animent le social. Entendus et intégrés socialement comme des sources crédibles et valides d'information sur les réalités sociales, les médias exercent un pouvoir symbolique dans l'espace public au sens où l'entend Bourdieu, soit « un pouvoir de construction de la réalité » (dans Couldry, 2000, p. 4). C'est précisément pour cette raison qu'ils sont à la fois pris à partie et convoités par plusieurs groupes de la société. Or, ce pouvoir symbolique est masqué, oublié, transformé par un processus de naturalisation (Couldry, 2000). Extraordinairement, presque par magie, aidés de la sacro-sainte objectivité journalistique, les médias font oublier que ce qu'ils projettent n'est qu'un fragment de la réalité qui, de surcroît, résulte d'une interprétation parmi une infinité de possibles.

La société est le théâtre de constantes négociations au sein de laquelle la communication joue un rôle primordial : « La communication est un lieu de lutte idéologique et sociale exigeant une mise en valeur soignée par les groupes et les individus qui voudraient résister aux diverses dominations, sociale, politique, économique et culturelle, qui marquent notre société» (Raboy, 1983, p.10). S'il est vrai que les rapports de force sont en perpétuel mouvement (Hall, 1989), les armes du combat sont souvent inégales.

Alberto Melucci (1996) pose, à son tour, le problème de la concentration du pouvoir symbolique des médias. Aux mains des élites politique et économique, les médias de masse imposent leur domination en perpétuant l'exclusivité de certains acteurs et groupes à créer

du sens. Ils offrent une opportunité pour ces mêmes personnes de nommer la réalité (Melucci, 1996, p. 182). Melucci sonne l'alarme devant la hiérarchisation pernicieuse et la structure arbitraire inhérente aux médias. Le cadre d'exploitation du système global de communication légitimé, supporté et maintenu par ses principaux bénéficiaires, engendre une capacité jamais égalée d'influencer les consciences et de perpétuer les inégalités en place.

> The establishment of a world media system, which is a recent realization of the last ten years, operates basically as the manufacturer of master codes at the world scale. There are centers and people who decide the language to be used, the selection of information to be organized [...] the vast majority of people are simply users in the audience. (Melucci, 1996, p. 178)

Le sociologue conçoit l'information comme un outil générant à la fois domination et résistance, ce pourquoi il s'est intéressé aux efforts de contestation symbolique menés par les nouveaux mouvements sociaux devant la machine médiatique mondiale capitaliste. Tout comme leurs assaillants, ils utilisent l'information comme une arme de combat construisant des codes culturels différenciés à travers leur pratique :

> Sometimes the movements, as it were, present the society with cultural gift by their action: they reveal new possibilities, another face of reality. When they act, something has already been said by this very action; at once, the message has been incorporated into the social arena and the debates may commence. (Melucci, 1996, p.183)

C'est ici qu'entrent en jeu les médias alternatifs, dont je ferai état plus en détails dans la partie théorique, grâce à leur participation à la construction d'espaces de communication plus ouverts. Ces médias sont des ressources privilégiées pour l'expression citoyenne car ils sont au cœur du processus d'appropriation des outils de représentation du monde (Cardon et Granjon, 2001, p. 8). Par la mise en valeur d'une vision plus dialogique et participative de la communication et de l'information, les médias alternatifs donnent une voix à des groupes, des personnes et des discours marginalisés, travestis ou carrément exclus des médias de

masse. Ils agissent aux premiers rangs de la lutte menée par les mouvements pour la justice sociale. En tant qu'espaces autonomes, participatifs et citoyens, ils militent pour la production et la diffusion de discours oppositionnels, ils ouvrent des brèches dans la pensée dominante et donnent des outils pour agir. En marge du cadre d'analyse biaisé du corporatisme ambiant, les médias alternatifs déploient d'autres visions du monde.

1.3 En quête d'un agenda humain

1.3.1 La riposte citoyenne

En dépit des déséquilibres dépeints précédemment, les citoyens s'arrogent ce qui leur reste de pouvoir à travers différentes pratiques, tactiques et stratégies de résistance. Dans la rue, il devient difficile de les faire taire, ils prennent la parole et scandent leurs aspirations. Leur message d'abord dissonant, résonne et se propage peu à peu dans les consciences.

Cette agitation soulève un paradoxe intéressant. D'une part, elle témoigne d'un ras-le-bol des citoyens devant les injustices engendrées par le *statu quo*. D'autre part, l'indignation et la colère constituent les moteurs les plus puissants des prises de conscience et des revirements des dernières années – pensons à la lutte menée contre l'Accord multilatéral sur les investissements[1] (AMI), aux mobilisations citoyennes contre l'Organisation mondiale du commerce, au mouvement Zapatiste, aux Forums sociaux mondiaux, à la révolution populaire en Argentine, à l'élection de Chavez au Venezuela, etc. C'est à force de grand coup

[1] Élaboré au sein de l'OCDE à la demande des entreprises multinationales au milieu des années 1990, l'AMI vise à fournir un cadre d'investissement international homogène et peu contraignant, accordant des privilèges importants aux multinationales dans le but de favoriser les échanges commerciaux. L'AMI, négocié à huis clos et avec la plus grande discrétion, s'est fait peu à peu connaître du public provoquant une horde de protestations car il restreint considérablement les pouvoirs des États, en les outrepassant au profit des multinationales. En effet, l'accord prévoit, entre autres, d'exclure ses investissements des clauses sociales, environnementales et économiques des cadres nationaux, tout comme il prévoit l'éradication des mesures d'aide gouvernementale des marchés nationaux au sein des pays d'accueil. Les mobilisations citoyennes ont considérablement nuit à la conclusion de l'accord dans sa forme originelle même si des négociations sur des accords multilatéraux similaires sont toujours en cours.

sur la « gueule » que les citoyens ont constaté leur perte de vitesse et leur exclusion de plus en plus évidente de la gestion des affaires collectives et c'est à force de soulèvements populaires qu'ils tentent de se réapproprier un pouvoir démocratique qui leur revient de droit.

Les mobilisations citoyennes font maintenant partie du paysage des rencontres exclusives des élites mondiales. Les médias de masse en font d'ailleurs leurs choux gras, manquant souvent d'expliquer les raisons profondes de ces rassemblements et omettant de donner la parole aux milliers de personnes qui prennent d'assaut la rue et scandent leur révolte. À ce chapitre, Langlois (2004) documente et analyse la relation entre les médias de masse canadiens et les mouvements sociaux. Selon cette auteure, les pratiques des médias de masse naturalisent le *statu quo* tout comme elles incorporent la dissidence à l'intérieur de l'espace idéologique hégémonique que sont ces médias : « "Media everywhere, information nowhere!" is a little, yet poignant, slogan cried out at large demos where the cameras and journalists of corporate media are omnipresent but in-depth coverage of social justice issues is not» (Langlois et Dubois, 2005, p. 47). Qu'importe, le mouvement continue sa lutte et gagne du terrain. Au cours de la dernière décennie, il est parvenu à révéler au grand jour les visées de l'agenda économiste mondial et à attirer l'attention du grand public sur des enjeux autrefois ésotériques.

C'est, entre autres, grâce à une utilisation stratégique et judicieuse des médias de masse, que le mouvement a su se faire entendre : « Everyone knows the "importance" of the media, and how difficult it is to "get into them" » (Couldry, 2000, p. 58). Au cours des dernières années, les mobilisations autour des enjeux relatifs aux médias se sont multipliées

(Hackett, 2000; Cardon et Granjon, 2003). Le pouvoir des médias au sein de la société, déjà contesté par les années passées, s'est accru alors même que s'est creusé l'écart entre ceux qui y ont accès et ceux qui en sont privés. Car, propriétés des grandes entreprises, les médias sont accusés par les mouvements sociaux « d'être responsables de la mauvaise hiérarchisation des priorités de l'agenda public, de céder aux pressions des lobbies industriels, de reproduire sans réserve le discours dominant des gouvernants et des institutions internationales, de participer à la production d'une pensée unique et de marginaliser les propositions alternatives » (Cardon et Granjon, 2003, p. 1).

1.3.2 Les médias alternatifs québécois: Un milieu en mouvement

Il semble donc vital d'envisager de nouvelles façons de faire et de penser la communication et l'information. Or, il existe une panoplie de médias qui défient la logique marchande du système dominant. Ces médias sont hétérogènes tant dans leur contenu que dans leur forme et s'inscrivent le plus souvent, au Québec, dans une logique de rupture, de mobilisation et de lutte pour la justice sociale. En 1984, Gaétan Tremblay révèle dans un bilan de l'expérience des médias communautaires et alternatifs que ces derniers se définissent en fonction d'une stratégie de changement social et d'animation, visant la prise en charge par les groupes eux-mêmes de leurs problèmes et de leur gestion (Sénécal, 1995, p. 215).

Bien que j'aborderai les considérations théoriques des médias alternatifs et les questions de définition dans le troisième chapitre, retenons pour l'instant que les médias alternatifs jouent un rôle dissident dans l'espace médiatique, puisqu'ils opèrent selon un système de communication ouvert et inclusif sollicitant l'implication directe et la participation active des citoyens dans l'effort de production de contenu. Ils offrent des lieux

pour l'expression des points de vue des personnes et des groupes qui sont généralement exclus de la société et des médias commerciaux. Les médias alternatifs traitent de sujets qui sont habituellement écartés de l'agenda des autres médias ou encore ils traitent les problématiques à partir d'un angle inédit. Ils se différencient par un contenu engagé et diversifié, essentiellement à travers le déploiement d'un journalisme militant. Ils reposent sur des principes d'entraide et de solidarité, ont à cœur l'expérience humaine, font la promotion d'une vision collectiviste et tentent de susciter le débat et l'action.

Le Québec des dernières années a connu une période faste dans le domaine des alternatives médiatiques. Cette tendance reflète l'exaspération de plusieurs devant les médias de masse ainsi que le besoin pressant de nouvelles alternatives, autant pour les personnes directement impliquées dans ces projets, que pour leur public attentif.

En 2001, le Centre des médias alternatifs du Québec (CMAQ) voit le jour dans la foulée des événements précédant le Sommet des Amériques à Québec. Média électronique, le CMAQ[2] est mû par la publication gratuite et en temps réel de matériels d'information produits par les citoyens. Il prend part à la révolution communicationnelle entamée en 1999 à Seattle lors des mobilisations contre le cycle de négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) où naît le réseau Indymedia[3] et son principe moteur, la publication ouverte[4]. Aujourd'hui, le réseau Indymedia compte plus d'une centaine de cybermédias animés par des collectifs locaux à travers le monde. Le CMAQ, géré par un collectif de

---

[2] www.cmaq.net
[3] www.indymedia.org
[4] La publication ouverte est une pratique de création et de diffusion de contenu au processus participatif, dialogique et transparent. Pour en savoir davantage, Langlois consacre un chapitre à cette pratique dans l'ouvrage *Autonomous Media* (2005).

bénévoles, est un média participatif, indépendant, nourri quotidiennement en informations par les citoyens. Il favorise l'échange et la réflexion sur les enjeux reliés à la justice sociale et à ses luttes. Une dizaine de nouveaux articles sont publiés quotidiennement sur le site et plus de 600 pages, en moyenne, sont lues chaque jour.

La même année prend vie Télévision sans frontières[5] (TSF). Au service des jeunes, cette télévision est animée par des équipes composées de jeunes marginaux et de finissants universitaires spécialisés en production média. Elle fournit un apprentissage et une expérience de la réalisation télévisuelle à ces jeunes. Sur une période d'un an, l'équipe expérimente de façon autonome la production vidéo de A à Z. Résultat de l'exercice : une gamme variée de courts métrages, souvent riches, sensibles et originaux, étrangers à ce que l'on retrouve dans les médias de masse, traitent des sujets qui préoccupent ces jeunes. TSF mettra fin à ses activités en 2004, suite aux coupures budgétaires imposées par le gouvernement de Jean Charest.

Une autre expression vivante du mouvement s'incarne dans un projet vidéo né en septembre 2002, Les Lucioles[6]. Le collectif fonctionne de manière autogéré et non hiérarchique. Il regroupe une douzaine de jeunes vidéastes qui ont à cœur la production et la diffusion d'une information démocratique et populaire. Caméra en main, Les Lucioles s'approprient le média et mettent en images des personnages, des perspectives et des réalités délaissées par les médias de masse. Les courts métrages à caractère sociaux présentés chaque mois dans une salle de plus en plus bondée défilent dans un mélange ludique de formes et de propos. Les soirs de projection, il règne au cœur du quartier Centre-sud à Montréal une

[5] www.telesansfrontieres.com/
[6] http://www.leslucioles.org/frames/LesLuciolesFrameset-1.html

atmosphère de dissidence joyeuse où l'engagement, la critique et l'humour sont au rendez-vous.

En janvier 2003, plusieurs personnes impliquées dans des médias alternatifs de la Métropole joignent leurs efforts pour revitaliser un réseau de solidarité avorté suite à la mort subite du magazine alternatif, *Ao! Espace de la parole,* qui s'en faisait jadis le porte étendard. Rebaptisé, Réseau Média, il rassemble aujourd'hui plus d'une vingtaine de médias alternatifs incluant des radios, des télévisions, des journaux, des cybermédias, des projets vidéo et des individus impliqués dans la démocratisation des médias, et il continue d'accueillir de nouveaux membres. Il tente de créer un esprit de solidarité à travers la reconnaissance mutuelle et l'entraide entre médias et met en vitrine les alternatives médiatiques québécoises pour le grand public, par l'entremise de son site Internet[7].

Il ne s'agit là que de quelques-unes des manifestations d'une myriade de projets médiatiques qui fleurissent et peuplent une sphère d'action vivante où s'exerce la dissidence à travers le média. Même l'Office national du film a emboîté le pas. L'institution fédérale a lancé un nouveau projet, Parole citoyenne[8], dont le but est d'encourager la production et la diffusion de films documentaires engagés socialement. Toutes ces initiatives participent à un vent de changement, elles mettent de l'avant des valeurs d'émancipation, de dialogue et de solidarité sociale afin de donner la parole aux personnes exclues du système médiatique ainsi que de remettre en cause et défier les bases sur lesquelles repose ce même système.

---

[7] http://reseaumedia.info/
[8] http://citoyen.onf.ca/

1.4 Problématique

Dans ce chapitre, à travers des références à la littérature, j'ai fait état d'un ensemble de problèmes. D'une part, la montée du capitalisme et la globalisation des marchés s'accompagnent d'une marginalisation grandissante des citoyens dans la sphère publique et médiatique. D'autre part, cette exclusion est à la source de la colère ressentie par ces mêmes citoyens, laquelle nourrit un mouvement d'opposition à l'hégémonie capitaliste.

J'ai présenté l'argument selon lequel les médias de masse agissent en accord avec les diktats capitalistes, donc participent davantage à renforcer l'hégémonie plutôt qu'à la combattre. Ces médias s'adressent à un citoyen d'abord consommateur et s'éloignent de ses besoins en tant qu'acteur politique en reproduisant les discours élitistes dominants. Toutefois, la littérature souligne l'importance du rôle des médias en démocratie, car ils contribuent à la formation de l'opinion et de surcroît à la 'construction de la réalité'. Cette analyse pose plusieurs défis et elle place les médias de masse dans une position pour le moins équivoque.

C'est pourquoi je désire amener les médias alternatifs à l'avant-scène de ce mémoire. Ils sont un élément important du présent débat car ils offrent de réelles ouvertures et propositions démocratiques. Les médias alternatifs, en marge des modèles et discours dominants, adhèrent à des valeurs humanistes et font la promotion d'une communication participative et dialogique. Ces médias visent à réintégrer les citoyens à l'intérieur du processus démocratique duquel ils sont exclus sous de faux prétextes, et tentent de leur redonner la place qu'ils méritent devant les actions qu'ils mènent quotidiennement pour améliorer leur propre sort mais aussi celui de la société tout entière.

Afin de poursuivre une réflexion sur les médias alternatifs, je propose de nous diriger peu à peu vers des théories permettant d'envisager des pistes de réflexion. Davantage intéressée par les formes que prennent les pratiques sociales de la résistance, je me pencherai sur les pratiques médiatiques mobilisées par les citoyens pour défier le *statu quo*. Plus précisément, je m'intéresserai à l'expérience de la production de contenu médiatique au sein des médias alternatifs. De cette pratique émane une démarche politique qui traduit une volonté de changer le cours des choses, elle vise inconsciemment ou non à résister aux différentes formes d'oppression et refuse le rôle de citoyen passif. À travers cette étude, j'entrevois la participation médiatique citoyenne comme un véhicule d'émancipation des acteurs par lequel se redéfinit la citoyenneté et se démocratise l'espace médiatique.

Voici donc la toile de fond de ce mémoire, où j'explorerai la prise de parole des citoyens dans un média alternatif, plus précisément à travers l'étude de cas du journal *L'Itinéraire*. Basé sur un modèle de communication participative, ce projet offre la possibilité à des personnes vivant des problèmes reliés à la pauvreté de faire partie d'un média écrit, donc d'articuler une pensée qui leur est propre et de la diffuser dans l'arène publique.

L'Itinéraire est ce qu'on appelle un journal de rue. Il tente d'inclure les gens ordinaires dans le processus de production des contenus médiatiques. Exceptionnellement, cet espace médiatique permet à ces personnes de se représenter elles-mêmes. Normalement sans voix dans les médias, elles sont pourtant souvent au centre de débats importants. *L'Itinéraire* rassemble ces personnes, il les fait exister aux yeux des autres. En diffusant son journal mensuel, *L'Itinéraire* prend une place dans l'espace médiatique; il présente modestement peut-être, mais tout de même, des réalités sociales différentes.

CHAPITRE 2 : PRÉSENTATION DU CAS

Le journal *L'Itinéraire* a fêté en grandes pompes ses dix ans à l'été 2004 avec un passage remarqué à l'Écomusée du fier-monde[9]. Un autre exploit, un nouveau rêve devenu réalité pour ces artisans de la marge médiatique. En fait, il s'agit là d'un véritable tour de force pour un média alternatif québécois dont la moyenne de vie est de 5 ans, qui plus est un média produit en majorité par des personnes de la rue. Au musée, *L'Itinéraire* raconte en image, grandeur nature, son histoire, ses défis et ses succès à la face du monde sous une forme renouvelée. Mais comment expliquer la longévité de ce journal fait par des itinérants et des sans-emploi alors que le contexte social au Québec est de plus en plus austère aux médias alternatifs[10]?

2.1 La genèse du journal *L'Itinéraire*

Le journal *L'Itinéraire* est supporté par une structure organisationnelle et administrative connue sous la bannière du groupe communautaire du même nom. Nous prendrons pour point d'ancrage ce premier projet initié en 1990.

2.1.1Le milieu communautaire, pilier du projet

En 1987 un comité consultatif sur les sans-abri, mis sur pied par l'administration de Jean Doré, présente des recommandations à la ville de Montréal. Il commande, entre autres, l'établissement d'un centre de jour ouvert 24 heures sur 24 destiné à la population itinérante. Suite à ces recommandations, le centre Dernier recours verra le jour en 1988. Toutefois, il fermera ses portes deux ans plus tard sous le poids de différentes controverses.

---

[9] L'Écomusée du fier-monde a pour mission de mettre en valeur le patrimoine du quartier Centre-sud de Montréal.

[10] Notons la mort en juin 2004 d'un des plus vieux médias alternatifs au Québec, le magazine Recto Verso. Ce journal, vieux de plus de 50 ans, brillait par sa longévité et la qualité de son contenu.

Au même moment, le Centre Préfontaine de réadaptation en toxicomanie travaille à développer des services communautaires pour la population itinérante selon l'approche de l'*empowerment*[11]. Cette démarche d'autonomisation vise à donner du pouvoir aux personnes à travers la recherche de solutions adaptées à leurs problèmes en partant des besoins qu'ils identifient eux-mêmes. Les intervenants du Centre Préfontaine sillonnent alors les rues et les divers milieux de vie des sans-abri avec comme but, non pas de les sortir de la rue, mais d'améliorer leurs conditions de vie d'itinérants. En même temps, le Centre Préfontaine s'applique à créer des projets et des structures où se vit l'approche de l'*empowerment*. Les sans-abri et les sans-emploi engagés dans les services du Centre Préfontaine deviennent actifs et participent à différentes activités qui visent directement à améliorer leur condition (manifestations publiques, émissions de télévision, pétitions). En 1989, ils réclament un espace physique à eux, un lieu de rassemblement et de socialisation. C'est la base d'une nouvelle collaboration entre intervenants, itinérants et sans-emploi pour le démarrage d'un projet de local, entériné par le conseil d'administration du Centre Préfontaine. Ce dernier apporte un support au groupe qui démontre une volonté évidente de se prendre en main.

2.1.2 Un journal au pouls de l'empowerment, de la théorie à la pratique

Au mois d'août 1990, le Groupe communautaire d'Entraide[12], créé pour supporter le local, tient sa première assemblée générale. Une structure démocratique et participative du projet est proposée par les intervenants. Ces derniers participent au projet et apportent un

---

[11] Il n'y pas si longtemps, le terme *empowerment* ne trouvait pas son égal en français. Or récemment l'Office québécois de la langue française propose de le remplacer par le terme autonomisation dont voici la définition : Processus par lequel une personne, ou un groupe social, acquiert la maîtrise des moyens qui lui permettent de se conscientiser, de renforcer son potentiel et de se transformer dans une perspective de développement, d'amélioration de ses conditions de vie et de son environnement. Je réfèrerai donc aux deux termes en tant que termes équivalents.

[12] Les buts développés par le groupe sont les suivants : 1. Combattre l'isolement, 2. Éviter les rechutes (de consommation d'alcool ou de drogues), 3. Permettre l'entraide entre les gens, 4. Développer et augmenter le niveau de conscientisation sociale, 5. Développer le sens des responsabilités par la prise en charge du local et des activités, 6. Avoir un lieu où l'initiative et la créativité deviennent réalité.

support aux personnes impliquées tout en donnant un pouvoir de décision important aux sans-emploi et aux itinérants. On saisi bien ce que signifie la mise en application de cette approche dans le témoignage d'un des intervenants de l'époque, Jean Le May :

> La notion d'intervention telle que pratiquée de façon habituelle implique une relation verticale de haut en bas [...] Maintenant auprès du groupe communautaire L'Itinéraire, j'apprends vraiment à faire différemment. Ce groupe a été mis sur pied **avec** les usagers-usagères plutôt que **pour** eux. [...] Les ex-itinérants et ex-itinérantes sont d'ailleurs majoritaires au conseil d'administration, ce qui en soi est déjà une petite révolution. (Journal *L'Itinéraire*, vol.1, no1, mai-juin 1994, p.20)

Cette expérience s'avère enrichissante mais aussi pleine de défis et d'embûches compte tenu de la population visée[13].

En 1992, un intervenant propose l'idée de créer un journal produit et distribué par les personnes dans le besoin. Le but du journal est de faciliter la prise de parole et de créer un esprit de communauté chez les personnes vivant dans la pauvreté et l'isolement. Pour les membres du groupe, le journal est aussi un moyen privilégié de se faire connaître auprès des personnes en difficulté. Au mois de mai 1992, 1000 exemplaires du premier journal *L'Itinéraire* produit par quatre (ex) itinérants sont distribués dans les maisons de chambre, les centres communautaires, d'hébergement, et de désintoxication du centre-ville de Montréal. Des feuilles 8 ½ X 11, orange, pliées en deux sur la longueur, présentent le groupe, des poèmes, des dessins et des témoignages. Voici comment Denise English et Michèle Wilson, deux des membres fondateurs, présentent le journal :

> Le journal *L'Itinéraire* est un outil d'information sur le groupe L'Itinéraire, ce journal est fait par les gens du milieu. Nous aimerions donner la chance aux gens d'écrire sur différents sujets et de mieux nous connaître en les invitant à sortir de la solitude. Pour

[13] Pour un compte rendu plus détaillé de ce processus, se référer au mémoire de maîtrise de Kline (1996), qui fut un outil essentiel pour retracer les premiers balbutiements du Groupe l'Itinéraire.

> créer des liens et pour partager nos opinions au niveau de l'emploi, de l'itinérance et personnel. (Journal *L'Itinéraire*, printemps 1992, p. 1)

Un deuxième numéro est publié à 1 500 exemplaires quelques mois plus tard. Cependant, malgré la décision de faire paraître quatre numéros dans la première année, la motivation s'effrite. Le journal ne publiera que trois numéros puis cessera ses activités.

Pourtant, un second souffle fait renaître le journal en 1993. Des membres du groupe mobilisent leurs énergies et cogitent à nouveau autour de l'idée d'un journal écrit, cette fois-ci vendu dans la rue par des personnes vivant des problèmes reliés à la pauvreté. Le projet redémarre, plusieurs personnes plongent tête première dans son élaboration. Le défi est de taille, tout est à faire. Il faut organiser la production, la promotion et la distribution du journal.

Au mois de juin 1993, le quotidien *La Presse* imprime gratuitement un numéro pilote de *L'Itinéraire*. Les 3000 exemplaires imprimés sont vendus sur la rue en moins de quatre jours. Fortes de cette expérience, les personnes impliquées sont maintenant convaincues qu'un journal fait par des personnes marginalisées et offrant de l'information sur les plus démunis a sa place au sein du paysage médiatique montréalais. La vente du journal au grand public procure une alternative à la mendicité pour les personnes sans-abri et sans-emploi. Une vision se développe peu à peu. L'équipe, provenant en majorité du milieu de la rue, travaille d'arrache-pied pendant presque un an pour apprendre les bases de la production et de l'édition journalistique. Elle peaufine le journal pour accoucher d'une version revisitée en mai 1994.

Publié en à 10 000 exemplaires et vendu au prix de 1 $, le premier numéro compte 23 pages. Il propose un dossier sur la splendeur et les misères de la presse alternative. On y lit plusieurs articles sur le phénomène de l'itinérance traité sous des angles originaux (tourisme et itinérance, les parcs comme milieu de vie, les itinérants et l'amour, etc.). On y trouve aussi des articles sur la prostitution, la criminalisation de la mendicité, les inégalités sociales. En page couverture, on lit le fier slogan : « Rien dans les mains, rien dans les poches, mais un journal dans la tête », qui anime encore aujourd'hui le cœur de *L'Itinéraire*.

Depuis, le journal a traversé plusieurs crises, tant humaines que financières, mais il n'a plus jamais manqué à sa tâche en publiant à chaque mois un nouveau numéro. Le journal a évolué, il s'est transformé, mais il n'a pas manqué d'être fidèle à sa mission de base : promouvoir un espace d'émancipation pour les sans-abri et les sans-emploi et informer différemment la population sur les réalités de la pauvreté à Montréal. Il célébrera ses 13 ans d'existence au mois de mai 2006.

2.2 *L'Itinéraire*, un journal différent

Comme j'en ai fait la démonstration plus tôt, la survie des médias alternatifs au Québec est précaire et ne tient souvent qu'à un fil. Quand on y pense, il est étonnant de constater la longévité d'un journal comme *L'Itinéraire*. Son histoire est d'ailleurs truffée de crises et de controverses puisque l'adversité a talonné le journal sans relâche durant toutes ces années. Cette lutte perpétuelle donne à *L'Itinéraire* son caractère mais témoigne aussi d'un équilibre fragile entre l'accomplissement de sa mission première, aider les plus démunis, et la nécessité de rentabiliser le projet.

2.2.1 Un journal de rue émancipateur

Ce dilemme, qui reste à ce jour un des principaux défis du journal, se fait sentir dès ses débuts à travers un débat sur la nature même du journal. À l'automne 1993, John Bird du journal de rue londonien *The Big Issue* débarque à *L'Itinéraire*. Fondé en 1991, l'hebdomadaire est tiré à plus de 100 000 exemplaires dans les rues de la capitale britannique. Ancien itinérant lui-même, Bird relate son expérience devant les membres du groupe L'Itinéraire. Dès le début, la stratégie de Bird a été de s'associer au milieu des affaires en convaincant des entreprises privées d'investir dans le projet. Dirigé comme une entreprise de presse traditionnelle, le journal a comme objectif de faire des profits. D'ailleurs, l'article de *L'Itinéraire* faisant état de la visite de Bird, parle de lui comme du « Péladeau des clochards » (Journal *L'Itinéraire*, vol.1, no1, mai-juin 1994, p.13). Les profits sont néanmoins entièrement réinvestis dans des services et ressources pour aider les sans-abri et les sans-emploi. *The Big Issue* est produit par des journalistes professionnels. Il traite divers sujets d'actualité, de société et de culture dans le but de séduire un lectorat grandissant pour fidéliser les annonceurs, source de revenu première du journal. En 1993, l'expérience était déjà lancée dans trois villes importantes d'Angleterre et d'Écosse. Selon M. Bird, cette voie est l'unique salut pour les journaux de rue, sans quoi ils sont confinés à la marge et à la simple survie, passant ainsi à coté de l'objectif premier, venir en aide aux sans-abri et aux sans-emploi.

Il est vrai que cette vision a inspiré beaucoup de journaux de rue européens. Elle a des avantages évidents, dont celui d'investir des sommes importantes dans le développement de services et projets qui aident directement les plus démunis. Exposés à ce succès retentissant, les membres du groupe L'Itinéraire sont alors déchirés. Le processus dans lequel

ils se sont engagés diverge de l'approche de M. Bird, cependant les membres veulent tirer profit de cet homme d'expérience. Finalement, le groupe se dissociera de la vision de M. Bird sans la rejeter complètement. Il fait le pari de créer un journal sur un modèle différent, en accord avec la philosophie de l'*empowerment* et davantage ancré dans la tradition des journaux de rue américains.

Mais comment remporter ce pari ? Plusieurs journaux de rue aux États-unis ont tenté l'expérience de l'*empowerment* avec un succès mitigé. Ces journaux faits par des personnes itinérantes ou sans-emploi sont souvent de piètre qualité et tardent à se faire apprécier du public. En restant en marge, ils ne parviennent pas à s'imposer et à faire une différence tant auprès des personnes démunies qu'auprès du grand public. Or, pour que les journaux de rue portent fruit, ils doivent être vendus et lus. C'est le défi que tente de relever *L'Itinéraire,* produire à chaque mois un journal d'information de qualité fait en majorité par des itinérants et des sans-emploi. Pour accomplir cet exploit, *L'Itinéraire* a vite compris qu'il fallait miser sur la formation, c'est pourquoi on parle souvent de journal-école.

Dès les premières heures, le journal axe ses activités sur la formation professionnelle et l'accès au travail pour les personnes démunies. Des formations en informatique et en journalisme sont dispensées par des professionnels afin de fournir à l'équipe les outils nécessaires à la production du journal. Les objectifs d'intégration à l'emploi visent à développer les compétences d'employabilité telles que l'assiduité, la ponctualité, l'esprit d'équipe et la communication. Le climat de travail n'est pas axé sur la productivité et l'efficacité mais plutôt sur l'effort et la bonne volonté des individus, bien que le journal fonctionne à l'intérieur des contraintes de la production. Micky Wilson, co-fondatrice du

groupe et responsable de la distribution du journal à ses débuts, explique comment *L'Itinéraire* l'a aidée :

> C'est un lieu de travail où tu peux faire plusieurs rechutes et la porte t'est toujours ouverte; contrairement à beaucoup d'autres endroits, tu as plus qu'une chance. Moi j'avais un handicap à la main et je me suis rendue compte que j'étais encore quelqu'un, que j'étais capable de prendre des responsabilités, de m'impliquer. (Journal *L'Itinéraire*, vol. 6, no5, mai 1999, p. 8)

Est-il nécessaire de mentionner que pour les personnes sans emploi depuis plusieurs années, la réintégration sur le marché du travail ne se fait pas instantanément? Un long apprentissage les attend, plusieurs éprouvent des problèmes de dépendance aux drogues, à l'alcool ou au jeu, d'autres souffrent de phobies sociales, de troubles comportementaux ou encore combattent la maladie mentale. En aucun cas, les histoires de vie des journalistes de la rue et des camelots de *L'Itinéraire* ne sont banales, ils ont pour la plupart vécu l'isolement, l'exclusion et la déchéance sous une forme ou sous une autre. Le journal est un espace créé par eux et pour eux où ils peuvent s'épanouir, où leur parole est valorisée, leur voix entendue.

2.2.2 Un contenu original et pertinent

La marginalité dans laquelle baignent les personnes participant au journal teinte et influence le contenu du journal de façon volontaire. Les journalistes de la rue et les camelots y partagent leurs expériences, font part de leurs opinions, traitent de sujets inaccoutumés ou de sujets plus communs mais toujours selon la perspective des gens de la marge. Malgré cet angle de traitement particulier, *L'Itinéraire* reste toujours d'actualité, il est polyvalent et couvre large : de la société de performance, au problème de la faim, à l'environnement en passant par le suicide, le jeu compulsif, les filles-soldats, la répression policière, tous les sujets y passent. *L'Itinéraire* demeure le média où sont défendus sans relâche les droits des laissés-

pour-compte. Il met aussi en valeur des initiatives citoyennes et communautaires de toutes sortes, encourage le cinéma d'auteurs et engagé par le biais de sa chronique cinématographique, de même que pour sa chronique littéraire suggérant essais et romans en lien avec le changement social. Il fait aussi une place de choix aux jeunes en traitant des projets novateurs rarement connus du public ayant des impacts positifs sur les jeunes de la rue tels que Vidéo Paradiso, L'école de la rue, les pairs aidants ou encore Télévision sans frontières.

De plus, *L'Itinéraire* est ancré dans sa communauté, ses bureaux sont en plein cœur du quartier Centre-Sud, épicentre du quartier chaud de la métropole. Actif, le journal défend et suit les dossiers chauds concernant les populations vulnérables telles que les prostitués, les sans-abri, les toxicomanes, etc. tant au niveau des politiques municipales, provinciales que fédérales. Ainsi, il s'assure de diffuser une information différente sur ces enjeux et de prendre position, comme par exemple sur les déboires entourant le projet CACTUS, lieu de distribution de seringues et de condoms du centre-ville, ou encore sur les impacts directs du développement du quartier du spectacle sur les populations « indésirables », pour ne citer que ces deux cas. En contact avec différents organismes communautaires du secteur tels que Stella (promotion et défense des droits des travailleuses et travailleurs du sexe), le Réseau d'aide aux personnes seules et itinérantes de Montréal (Rapsim), le Groupe d'entraide à l'intention des personnes séropositives et itinérantes (Geipsi), ils défendent ensemble les droits des plus démunis à la dignité et à la vie. Le parti pris pour la marge donne donc toute sa personnalité, sa richesse et son dynamisme au contenu de *L'Itinéraire* jamais à court de sujets dans un monde de plus en plus austère et hostile à la différence.

2.2.3 La distribution, un travail dans la dignité

Le journal est exceptionnel par son contenu, grâce à la participation des personnes sans-abri et sans-emploi mais il se démarque aussi des médias traditionnels et même de la plupart des médias alternatifs par son mode de diffusion. Plus d'une centaine de camelots se chargent de distribuer chaque mois en moyenne 15 000 exemplaires de *L'Itinéraire* dans la rue. Le journal n'est pas disponible en kiosque comme la plupart des autres médias écrits; cependant, il est possible de s'abonner et de recevoir son exemplaire mensuel chez soi. Toutefois, cette pratique est marginale comparativement à l'achat dans la rue auprès des camelots.

Cette pratique de vente main à main dans la rue, unique en son genre, est un des éléments majeurs, outre tous les autres bien entendu, qui distingue le journal. C'est une de ses principales forces, la manière dont on le reconnaît. Puis les échanges qui ont cours lors de cette activité de vente sont bénéfiques de plusieurs manières tant pour les camelots que pour les citoyens de la métropole. Le but premier de la vente du journal par les camelots est d'offrir une alternative à la mendicité aux personnes en difficulté. Les camelots doivent d'abord acheter leurs journaux au prix de 1$ chacun et le revendent 2$. Ils offrent un produit aux passants qui en échange payent pour ce produit. La distribution du journal est un moyen de réinsertion important pour les sans-abri et sans-emploi, ce pourquoi elle n'est pas laissée au hasard.

Considérée comme légitime et légale, elle est une des rares activités de sollicitation urbaine tolérée et permise par les autorités de la ville de Montréal. Cette reconnaissance, ce

droit de cité, est capitale car elle permet aux camelots de se procurer un revenu supplémentaire sans risquer de représailles. La distribution est organisée et planifiée, ainsi les camelots possèdent une carte de vente officielle émise par *L'Itinéraire* qui leur donne le droit de solliciter les passants dans la rue, cette carte est aussi souvent associée à un point de vente précis auquel le camelot est assigné.

Outre ce droit de vente acquis attribuant un statut de travailleur reconnu aux camelots, cette activité comporte une dimension humaine importante. Le contact direct avec les lecteurs donne place à des échanges, des encouragements, des partages d'expériences de part et d'autre, pour le bénéfice de toutes et tous. Nous reviendrons d'ailleurs sur certains des impacts positifs de cette activité et de ses liens avec l'*empowerment* au cours de l'analyse.

«Facts don't cease to exist because they are ignored».
Aldous Huxley[14]

CHAPITRE 3 : CADRE THÉORIQUE

3.1 L'espace public en question

3.1.1 La contribution d'Habermas

Habermas, bien connu pour son travail sur l'espace public, examine la naissance puis le déclin d'un espace public proprement bourgeois au 18e siècle, moment historique où se décompose le pouvoir de la monarchie et où se déploient les premiers signes du capitalisme.

À l'époque médiévale, le modèle d'espace public de la représentation prévaut. Il est structuré autour de la mise en présence du pouvoir et de l'autorité de la monarchie devant le peuple : « [...] they represent their power "before" the people, instead of for the people» (Habermas, 1974, p. 51). La sphère publique sert de théâtre de représentation à la faveur du pouvoir féodal et n'est publique que dans la mesure où cette représentation s'adresse au peuple : « The people belong to the constitutive requirements of this representative public sphere inasmuch as they are excluded from the represented power » (Habermas, 1989, p. 17).

Or, la circulation accrue des marchandises et des informations précipite la chute du régime féodal et la fin du droit divin. La raison dès lors devient la nouvelle base du contrat social. Au même moment s'opère une hybridation sociale entre les anciens bourgeois, composés majoritairement des « gens instruits » et des professionnels des métiers libéraux, et

[14] Citation tirée du site www.lutta.org

les nouveaux bourgeois, les grands commerçants, les banquiers, les manufacturiers, autrefois dans les bonnes faveurs de la Cour. C'est ce qui constituera le noyau de la nouvelle classe bourgeoise centrale à la formation de la nouvelle forme de l'espace public :

> Au sein de cette classe sociale, la première à être concernée par la politique mercantiliste dont elle est *également* le présupposé, le pouvoir a provoqué une prise de conscience qui révèle au public, à ce vis-à-vis abstrait de l'État, sa nature d'adversaire social et sa place spécifique dans le cadre de la *sphère publique bourgeoise* naissante. Cette sphère se développe en effet dans la mesure où l'intérêt d'ordre public porté à la sphère privée qu'est la société bourgeoise n'est plus défendu par le seul pouvoir, mais pris en compte par les sujets qui y voient leur affaire propre. (Habermas, 1992, p. 34)

La classe bourgeoise prend conscience des nouveaux rapports de force qui animent cette reconfiguration sociale et du rôle crucial qu'elle peut y jouer. Elle réalise qu'elle devra désormais veiller attentivement sur l'État afin que celui-ci ne diverge pas de ses intérêts. Ainsi naît l'espace public bourgeois à l'intérieur duquel se forme l'opinion publique. Les sujets font usage de la raison afin de délibérer des enjeux qu'on dit publics — puisqu'ils concernent l'ensemble des participants — pour atteindre le bien commun. Institution détenant le monopole de l'autorité légale, l'État est soumis à l'examen critique de la population par l'entremise de l'espace public, nouveau médiateur entre la société civile et l'État.

Habermas, à la lumière de son étude historique des transformations structurelles de l'espace public, pose un diagnostic sévère sur la démocratie contemporaine. Les sociétés de masse, en plein essor dans la deuxième moitié du 20e siècle, ont évolué de telle sorte que l'espace public a peu à peu perdu sa substance politique au profit d'une culture de masse au sein de la société de consommation. L'État interventionniste et le Capital ont investi l'espace public; ce dernier perd ainsi l'autonomie nécessaire à sa fonction médiatrice entre la société civile et l'État. Omnipotent, l'État s'introduit à bien des égards dans la sphère privée pour

l'administrer, et le capitalisme sauvage finit de mater et d'étourdir un 'public' pris en charge et docile.

À ce chapitre, les médias de masse s'inscrivent pleinement dans le phénomène de la marchandisation de l'espace public. Intégrés à la culture de la consommation, ils s'opposent par défaut à la culture de la participation civique de l'idéal bourgeois et sont par le fait même complices de la dépolitisation du public.

Selon l'analyse critique d'Habermas le principal danger qui guette la démocratie moderne est une « ré-inféodation de l'espace public ». Les médias de masse présentent plusieurs caractéristiques qui nous rappellent la sphère publique féodale, au sein de laquelle le pouvoir se donne en spectacle. Cet espace, comme nous l'avons déjà observé, vise la « mise en présence » de l'autorité de la Cour devant le peuple; il s'agit d'une démonstration du pouvoir, tout comme de la réaffirmation des rapports de force dominants-dominés : « Representative publicity for Habermas, then, is public in the sense that its pomp is displayed to all not in the sense of offering common access to popular participation » (Peters, 1993, p. 547). Le public y joue un rôle accessoire, au rang d'auditoire devant le spectacle du pouvoir. La sphère représentative et l'idéal bourgeois opposent deux visions de la vie politique : « In one the people are the audience, before whom sustained discourse can be performed; in the other, the people themselves are the actors, but the scripts are less clearly composed » (Peters, 1993, p. 546). Habermas conçoit la participation citoyenne, prenant forme dans la *publicité,* comme la base du projet émancipatoire qu'est la démocratie. Or, selon mon analyse, les médias de masse s'apparentent davantage à la sphère médiévale, tel un pouvoir autoritaire, en ce qu'ils limitent la participation et la délibération du public

(*publicité*) au sens d'Habermas à la faveur de la transmission de discours élitistes vers la masse et de la primauté de la profitabilité, donc la valorisation du spectacle. Autrement dit, les médias de masse construisent un espace public dénudé de l'utopie démocratique habermassienne. Cet espace n'est bourgeois que dans la mesure où il se fait indécemment le promoteur de ces mêmes intérêts bourgeois.

De plus, les médias, « des institutions ambiguës » selon les termes d'Habermas, jouent au sein de la théorie libérale un rôle mixte : « Their civic role is to provide information for public debate; their economic role is to provide entertainment ('bait') to produce audiences for advertisers » (Peters, 1993, p. 559). Plusieurs, parmi lesquels on peut assurément compter les tenants du néo-libéralisme, prétendent que les missions civique et économique des médias de masse ne sont pas contradictoires, qu'elles peuvent se réaliser simultanément sans heurt pour la démocratie. Cependant, la simple observation de la configuration médiatique actuelle jumelée aux nombreuses recherches menées sur ces questions semblent faire la preuve du contraire : « A public sphere dominated by commercial media is not a realm in which all find access and arguments clash freely, but an arena for competitive claim to power (over market share, political loyalty, votes and so on) » (Peters 1993, p. 560). L'équilibre entre le rôle politique et économique des médias est d'autant plus fragilisé avec l'expansion du capitalisme des dernières années. Gingras (1999) explique cet état des choses par ce qu'elle appelle le grand malentendu où elle déconstruit l'association naturelle entre médias et démocratie : « On ne peut, en effet, concevoir les médias comme une agora où les enjeux sociaux sont débattus librement, un lieu neutre, étranger aux conflits. Les médias sont au contraire interdépendants des pouvoirs politiques et économiques [...] » (p. 5).

Malgré les ratés du modèle de la délibération critique incarné dans le modèle habermassien, l'idéal bourgeois demeure une idée phare pour la démocratie moderne comme le fait remarquer Peters : « The dream of a participatory and reasonable public, however much it seems an eighteenth-century chimera, grounds the constitutional state normatively » (Peters, 1993, p. 544).

3.1.2 Les critiques du modèle habermassien : espoirs de renouveau démocratique

Habermas a le mérite d'inscrire le débat sur l'espace public à l'ordre du jour des sociétés démocratiques même si son modèle suscite maintes critiques au sein de la communauté de chercheurs. On lui reproche, entre autres, de taire les inégalités de classe et de genre inhérentes à la sphère bourgeoise, d'amplifier son potentiel émancipatoire et de dépeindre un portrait bien trop pessimiste de la sphère publique contemporaine.

Dans un article abondamment cité, Nancy Fraser (1992) déplore l'absence d'une conception d'espace public véritablement utile et productive pour la théorie critique contemporaine. La contribution d'Habermas, en ce qu'elle consacre la séparation de la société en trois forces distinctes, l'État, le marché et la société civile, demeure indispensable pour penser la démocratie. Toutefois, une reformulation s'impose, prenant la forme d'un espace public post-bourgeois selon les termes de Fraser.

D'abord, Fraser conteste l'idée du public homogène sur lequel repose le modèle bourgeois, dans sa version originale, puisque plusieurs publics en marge de l'espace bourgeois se forment à la même époque. Ces espaces et les processus qui y ont cours

participent aux transformations structurelles de la démocratie naissante et révèlent des modèles d'espace public alternatifs aux normes bourgeoises. Ainsi les conflits et exclusions de l'époque ne sont ni accidentels ni sans intérêts; au contraire, ces faits historiques constituent les racines de l'hégémonie de l'ordre social contemporain :

> We can no longer assume that the bourgeois conception of the public sphere was simply an unrealized utopian ideal; it was also a masculinist ideological notion that functioned to legitimate an emergent form of class rule. Therefore, Eley draws a Gramscian moral of the story; the official bourgeois public sphere is the institutional vehicle for a major historical transformation in the nature of political domination. This is the shift from a repressive mode of domination to a hegemonic one, from rule based primarily on acquiescence to superior force to rule based primarily on consent supplemented with some measure of repression. (Fraser, 1992, p. 117)

Faisant du chemin sur le travail des révisionnistes, Fraser développe l'idée d'un espace public post-bourgeois. Elle déconstruit d'abord la notion d'accès universel selon laquelle l'espace public est ouvert à tous. L'espace bourgeois exclu d'emblée les femmes et les minorités sociales tout comme il marginalise sur la base de la propriété les hommes des classes économiques inférieures. D'ores et déjà, la majorité de la population en est exclue; ceux qui parviennent malgré tout à accéder à l'espace public se voient désavantagés par les protocoles et les normes du discours élaborés par le public dominant, les bourgeois eux-mêmes.

En conséquence, l'exclusion des femmes et des groupes minoritaires sur laquelle s'est constitué l'espace bourgeois se transpose dans l'espace public contemporain. Les styles et codes délibératifs associés aux valeurs masculines dominantes, devenus les normes en la matière, sont désavantageux pour ces groupes et renforcent leur marginalisation. Ces normes

favorisent certains groupes et portent préjudices à d'autres. Par ailleurs, l'accessibilité à l'espace public n'annule pas les inégalités préexistantes : « Mansbridge rightly notes that many of these feminist insights into ways in which deliberation can serve as a mask for domination extend beyond gender to other kinds of unequal relations, like those based on class or ethnicity » (Fraser, 1992, p. 119). Les manières de converser et d'interagir ainsi que les codes langagiers et culturels dans l'espace public contemporain demeurent favorables aux groupes dominants, qui en établissent les règles, en continuité avec le modèle bourgeois.

De plus, selon Habermas, les identités et les inégalités de statut doivent être suspendues dans le cadre du débat rationnel bourgeois car elles appartiennent au domaine du privé. Ainsi, les participants doivent faire abstraction (*bracketing*) des inégalités propres à leur situation en faisant usage de la raison dans la recherche du bien commun. Fraser dénonce ce principe en ce qu'il occulte les inégalités et par le fait même contribue à les perpétuer, encore une fois à l'avantage des groupes dominants. Elle propose plutôt d'expliciter clairement ces inégalités et de les inclure au cœur du débat : « One task of critical theory is to render visible the ways in which societal inequality infects formally inclusive existing public spheres and taints discursive interaction within them » (Fraser, 1992, p. 121).

En outre, Fraser conçoit une sphère publique multiple où plusieurs sphères publiques se rencontrent et s'informent. Dans une société où les inégalités perdurent, la constitution de sphères marginales à l'espace public dominant est essentielle sans quoi « members of subordinated groups would have no arenas of deliberation among themselves about their needs, objectives and strategies » (Fraser, 1992, p. 123). Il est plus ardu pour les groupes subordonnés de trouver leur voix pour construire des discours oppositionnels à l'intérieur de

la sphère dominante puisque ces discours sont délégitimés, ignorés ou incorporés à un 'nous' reflétant les intérêts des groupes dominants :

> This historiography records that members of subordinated social groups — women, workers, people of color, gays and lesbians— have repeatedly found it advantageous to constitute alternative publics. I propose to call these subaltern counterpublics in order to signal that they are parallel discursive arenas where members of subordinated social groups invent and circulate counterdiscourses to formulate oppositional interpretations of their identities, interests and needs. (Fraser, 1992, p. 123)

La multiplication des *publics subalternes* élargit l'arène discursive. Ils sont des espaces de gestation pour la contestation et la dissidence vis-à-vis du *statu quo*. En ce sens, les contre-publics s'avèrent essentiels au changement social en autant qu'ils opèrent un mouvement d'aller-retour vers les publics dominants afin d'y créer des brèches pour introduire et diffuser les discours oppositionnels vers des publics élargis. Par ailleurs, les espaces subalternes sont des lieux importants pour la formation de l'identité: « [...] participation means being able to speak in one's own voice, and thereby simultaneously to construct and express one's cultural identity through idiom and style » (Fraser, 1992, p.126).

Enfin, Fraser questionne la séparation des sphères publique et privée telle que préconisée dans l'idéal bourgeois. Cette distinction a priori rend illégitime certains groupes et enjeux au sein de la sphère publique. Les aspects de la vie relégués à la sphère privée sont évacués de l'agenda politique. Or, la fixité de ces catégories est à la base de plusieurs injustices sociales :

> In general critical theory needs to take a harder look at the terms 'public' and 'private'. These terms after all are not simply straightforward designations of societal sphere; they are cultural classifications and rhetorical labels. In political discourse they are powerful terms frequently deployed to delegitimate some interests, views and topics and to valorize others. (Fraser, 1992, p.131)

Fraser propose que les participants du débat eux-mêmes en viennent à déterminer à travers la discussion ce qui est ou non d'intérêt commun. Le combat pour amener une identité, un groupe ou un enjeu à être public est politique. La frontière entre public et privé, jadis imperméable, est un enjeu important des luttes politiques et sociales des dernières années, pensons notamment aux luttes identitaires.

L'espace public post-bourgeois dessiné par Fraser repose sur de nouvelles bases historiques et théoriques. Productif pour la théorie critique, il met en évidence la génèse foncièrement capitaliste et patriarcale qui a vu naître l'espace bourgeois. D'une part, cette analyse évoque des enjeux incontournables pour la démocratie et la justice sociale. D'autre part, l'espace post-bourgeois porte une attention soutenue aux inégalités sociales; elles doivent être rendues visibles et comprises, si on souhaite les dépasser. Fraser défend tout particulièrement la nécessité des contre-publics afin de donner des lieux pour la formation d'identité et de discours oppositionnels à l'espace dominant. Finalement, elle présente les catégories public/privé comme des construits historiques au profit des classes dominantes servant à légitimer ou à récuser certains acteurs, discours ou enjeux. Ces reformulations théoriques nous permettent d'appréhender plus spécifiquement les enjeux entourant la justice sociale au sein des démocraties.

3.1.3 Mais qu'est-ce qu'un public ?

Avant d'aller plus loin dans l'exploration de la contre-publicité, je propose une brève discussion sur le concept même de public. Habermas (1974) le conçoit ainsi : « citizens behave as a public body when they confer in an unrestricted fashion — that is, with the guarantee of freedom of assembly and association and the freedom to express and publish

their opinions — about matters of general interest » (p. 49). Cette définition semble bien insuffisante pour réellement comprendre la nature des publics, d'ailleurs nous avons vu que les conditions prescrites par Habermas s'incarnent difficilement dans le public bourgeois et demeurent utopiques à bien des égards. C'est pourquoi nous nous réfèrerons ici à une synthèse fort utile du concept de public réalisée par Benoît-Barné (2000). Le public constitue, pour cette auteure, le pilier de la vie publique moderne des sociétés démocratiques: «Underlying this model is the core belief that our society is [should be] governed by publics willing and capable of discursively negotiating individual differences. We call "public sphere" the realm of their discussion » (p. 66). Ainsi, l'espace public est un terrain d'échanges mais aussi un processus discursif par lequel le public entreprend la discussion et la négociation des différences. Cette distinction entre public et espace public est déjà éclairante en ce qu'elle permet de marquer une différenciation entre deux concepts qui s'entrecroisent et se confondent allègrement dans la littérature.

Benoît-Barné (2000) plaide en faveur d'une vision discursive de l'espace public. En s'appuyant sur Dewey (1927 dans Benoît-Barné), elle mobilise aussi les travaux de Bitzer (1978 dans Benoît-Barné) et Hauser (1999), à la lumière de quoi elle décrit le public comme étant « an association of strangers united by an awareness of their commonalities. This union creates a potential for collective action and a capacity to actively influence the state of our society » (p. 67). Cette définition est utile en ce qu'elle insiste sur trois éléments qui sont particulièrement intéressants pour aborder l'expérience citoyenne des médias alternatifs : 1. La conscience partagée d'intérêts communs, 2. Le potentiel d'action collective sur la base de ces intérêts, 3. Le changement social qui émane de la conscientisation et de l'action.

Le public s'incarne donc dans le regroupement d'étrangers partageant une conscience commune de certains problèmes sur lesquels ils veulent agir collectivement. La sphère publique se réfère davantage aux espaces de la conversation publique tout comme aux différents processus discursifs qui y ont cours. Dans cette perspective le public est foncièrement politique, attaché à la racine sémantique du concept de publicité qui veut dire rendre public.

3.2 Démocratiser la démocratie : le rôle des contre-publics

3.2.1 Une théorie des contre-publics

Pour sa part Dubois (2005) met à profit la contribution de Negt et Kluge (1993)[15] datant de 1972, souvent écartée des débats anglo-saxons sur la contre-publicité. Pourtant, ces penseurs allemands ont planté dans les années 1970 des bases théoriques cruciales pour l'élaboration du concept de contre-public. À travers une analyse marxiste, ils examinent la sphère publique prolétaire en proposant une organisation différente de l'expérience de la production proprement bourgeoise. Pour eux les rapports de force ne se jouent pas uniquement en tension avec l'État mais aussi entre les différentes strates sociales — marquées par la lutte des classes — que tente d'incorporer l'opinion publique bourgeoise.

> Selon eux, la prétention de représenter une certaine opinion publique est à la base une co-optation illégitime de la volonté de la population, pour et par des intérêts dominants. Les groupes sociaux marginaux ou non possédants, ainsi que conséquemment certains sujets d'actualité, ne feront selon eux jamais leur apparition dans la sphère publique habermassienne. (Dubois, 2005, p. 66)

[15] Traduit en anglais en 1993.

De plus, l'analyse de Dubois fait remarquer que Negt et Kluge (1993) introduisent, les premiers, le processus de médiation au concept de public, ce qui permet d'envisager la formation des publics en dehors des rapports strictement face-à-face (Dubois, 2005, p. 68). Cette qualité donne au public une envergure renouvelée, essentielle pour la prise en compte des médias dans les débats relatifs à l'espace public. Pour Negt et Kluge (ancrés dans une dialectique marxiste) l'émancipation des publics opprimés et marginalisés passe d'abord et avant tout par l'appropriation des outils de production par ces mêmes publics. Or, c'est précisément ce que proposent les médias alternatifs, tel que nous le verrons sous peu.

Depuis les premières tentatives de Negt et Kluge (1993), plusieurs auteurs alimentent ce qui est maintenant reconnue comme la théorie anglo-saxonne des contre-publics définie ici par Asen (2000) : « Counterpublic theory discloses relations of power that obliquely inform public discourse and, at the same time, reveals that participants in the public sphere still engage in a potentially emancipatory affirmative practice with the hope that power may be reconfigured » (p. 425). C'est dans les années 1990 que s'est développée avec force cette théorie, coïncidant avec la publication de la traduction anglophone de l'ouvrage phare d'Habermas (1990) présentant ses travaux sur le modèle bourgeois.

Les contre-publics se constituent face à un espace public de plus en plus imposant « as critical oppositional forces that seek to disrupt the homogenizing and universalizing processes of a global mass-communication culture that promotes an uncritical consumerism » (Asen & Brouwer, 2001, p. 7). Mais plus qu'un espace de critique et de réaction c'est aussi un lieu de création et d'émancipation où s'épanouissent des modes d'expression variés et où prennent forme des discours différenciés, des pratiques originales,

et des identités nouvelles comme l'entrevoit Fraser (1992) : « discursive arenas where members of subordinated social groups invent and circulate counterdiscourses to formulate oppositional interpretations of their identities, interests, and needs » (p. 123).

Le contre-public se caractérise par un double mouvement. D'une part, il constitue un espace protégé, sorte d'enclave, à l'intérieur duquel des discours et stratégies émergent à l'abri des forces coercitives qui marquent leur subordination et motivent leur résistance (Mansbridge, 1996, p. 47). De ce premier mouvement de regroupement et de retrait naît une conscience commune de l'expérience de la domination (Felski, 1989). En observant le contre-public féministe, Felski constate que cette prise de conscience participe au processus de formation et de transformation de l'identité dans ce qui est commun au-delà des différences (Felski, 1989, p. 167). D'autre part, le contre-public est motivé par la volonté de transcender le rapport de domination qui l'a initié. Pour ce faire, il doit absolument s'engager dans un mouvement vers d'autres publics afin de véhiculer les identités et discours oppositionnels formulés dans la phase précédente. Le but de cette opération est de légitimer la validité de ses revendications auprès de la société en général. Les brèches entamées par les contre-publics dans l'espace public dominant sont au cœur des changements sociaux à l'intérieur des sociétés démocratiques. En ce sens, « In engaging publicity, counterpublics affirm a belief in the transformative power of discourse » (Asen, 2000, p. 429).

Évidemment, ce processus de changement est fastidieux et comporte son lot d'obstacles, pensons entre autres aux mouvements des droits civils des Noirs et à celui des femmes. Il n'y a pas si longtemps, les identités et les droits des Noirs et des femmes étaient bafoués au sein du consensus social. Pourtant à force de luttes acharnées, ces contre-publics

ont vu plusieurs de leurs revendications gagner du terrain auprès de publics élargis. Par conséquent, la société a subi une profonde transformation en intégrant davantage ces citoyens autrefois complètement mis à l'écart :

> Arguably, women and people of color did achieve public voice — in Europe and the Americas — by creating and utilizing separate means of publicizing their interests and attacking the inequalities represented in the bourgeois public sphere, where rich male members claimed to speak in the general interest of the entire citizenry. (Squires, 2002, p. 449)

L'égalité de droits est un gain majeur pour ces mouvements sociaux cependant, comme nous le rappelle Fraser (1992), l'absence d'exclusion formelle trahit les inégalités sur lesquelles les sociétés démocratiques sont basées. Des problèmes d'accès et d'identité continuent d'amputer l'idéal démocratique (Squires, 2002, p. 449). Comme quoi, le potentiel de changement social contenu dans les contre-publics est toujours nécessaire aujourd'hui.

3.2.2 Au-delà du rapport d'opposition

Même si une théorisation de plus en plus riche alimente et affine les contre-publics, un malaise perdure (Asen et Brouwer 2001; Squires, 2002) quant à ce qui est perçu comme un problème de définition devant un concept qui en appelle systématiquement un autre à cause de son caractère oppositionnel intrinsèque. Warner (2002) nous éclaire partiellement en caractérisant dans un premier temps les publics dominants, tentative assez rare dans la littérature des contre-publics, ce qui n'est probablement pas sans contribuer à la confusion ressentie : « Dominant publics are by definition those that can take their discourse pragmatics and their lifeworld for granted, misrecognizing the indefinite scope of their expansive address as universality or normalcy (p. 69) ». Les publics dominants parviennent

donc sans trop de mal à imposer les normes qui sont les leurs à l'ensemble de la société. Ces normes sont reproduites et disséminées largement dans le tissu social. Or, les contre-publics, en mobilisant les discours dans une logique de transformation et de dissidence s'opposent aux publics dominants; ils minent en quelque sorte la reproduction systématique des discours normatifs.

Cependant selon Asen (2000), il faut s'éloigner d'une théorisation ancrée uniquement dans une conception antagoniste entre publics et contre-publics. Le danger réside dans une catégorisation hâtive sans ancrage empirique qui mène à réduire et à associer systématiquement les contre-publics à des personnes, des groupes ou des enjeux (p. 426). Or, il est plus prudent d'appréhender les contre-publics en portant une attention non pas à des catégories pré-établies mais à l'articulation et à la reconnaissance de l'exclusion qui se manifeste à travers les discours et les pratiques. Cette précaution évite de réduire les contre-publics à des personnes, des groupes ou des enjeux pour prendre en compte la complexité de rapports de force en perpétuel mouvement.

Afin d'éviter l'association a priori de certaines identités à des contre-publics, Asen (2000) tente de renouveler le vocabulaire critique et propose de se référer à des « collectifs émergents » plutôt qu'à des groupes subordonnés ou marginaux, tel qu'il est souvent le cas dans la littérature. « As a critical term, then, counterpublic signifies the collectives that emerge in the recognition of various exclusions from wider publics of potential participants, discourse topics, and speaking styles and the resolve that builds to overcome these exclusions » (p. 438). Le concept de collectif émergent tend moins à réifier le caractère d'exclusion inhérent à des termes comme subordonné, dominé, marginalisé. Il permet

d'appréhender le caractère d'exclusion dans un processus de reconnaissance de cette exclusion à travers les discours et les pratiques : « Focusing, not on exclusion per se but on the recognition of exclusion avoids essentialist understanding of difference and situates counter as a constructed relationship » (p. 427). Cette perspective nous rappelle aussi que les personnes formant le contre-public doivent d'abord et avant toute chose reconnaître et définir eux-mêmes leur statut de marginalité et éviter de se faire définir par les publics extérieurs, souvent des publics dominants.

Par ailleurs, le dépassement d'une conception basée sur l'identité élargit le spectre des contre-publics. Ainsi, ils s'ouvrent à des personnes qui partagent des préoccupations similaires même si elles ne partagent pas l'identité du groupe ou ne subissent pas directement l'exclusion. « This quality facilitates critical attention to coalitions built across differences » (Asen, 2000, p. 439). Ces alliances sont parfois cruciales pour certains groupes qui tissent ainsi un réseau de solidarité et d'affinité pour une publicité élargie.

Ce vocabulaire dépasse une conception des contre-publics ancrée dans les marqueurs identitaires, derrière lesquels se cachent des enjeux importants. Une distinction des groupes sur la base de l'identité projette une image homogène des groupes et trace des frontières étanches entre eux. « Such conceptions imply that all member of a group have the same interests and agree on the strategies to promote their interests » (Asen, 2000, p. 432). Pourtant, les identités n'ont rien de figé. Multiples, elles se négocient au quotidien, dépassent et déjouent les étiquettes. À cet effet, Squires (2002) dans son article *Rethinking the Public Sphere* mentionne l'exemple de la sphère publique noire, qui se réfère selon elle aux différentes questions relatives au fait d'être noir. Cependant, il existe des divisions profondes

sur cette question parmi les noirs eux-mêmes. Être noir ne signifie pas la même chose pour tous les noirs, faisant du public noir un public hétérogène et éclaté qui saura néanmoins s'unir pour combattre les injustices qu'il subit.

Les rapports de force en constant mouvement relèvent d'interrelations complexes dépassant la pure et simple opposition entre publics et contres-publics. Ces contributions théoriques rejettent les antagonismes totalisants et les modèles réducteurs pour valoriser la richesse des interrelations en œuvre dans l'univers social. Cela dit, je ne retiendrai pas le vocabulaire proposé par Asen (2000), notamment de collectif émergent, et continuerai à évoquer un vocabulaire plus classique malgré ses lacunes car il a l'avantage de révéler sans équivoque le caractère d'exclusion des contre-publics. Je prends néanmoins la pleine mesure des problèmes soulevés par cet auteur pour mener la présente étude. En ce sens, une partie de mon travail empirique s'intéresse aux différentes perceptions de l'exclusion ressenties par les journalistes de la rue de *L'Itinéraire*. Bien que je ne procéderai pas à une analyse de discours à proprement parler, je porterai une attention soutenue aux pratiques et discours mis en œuvre par le groupe à l'étude.

Malgré les limites que pose le concept de contre-public[16], limites que j'ai relevées en partie, il s'agit d'un point de départ fructueux pour appréhender et étudier les groupes qui se constituent, à travers un processus itératif et réflexif, en moteur de changement social. Les contre-publics sont primordiaux pour l'évolution des individus, des groupes et des idées qui

[16] Parmi les plus citées : 1. problème de définition à cause du rapport antagoniste, 2. dépendance par rapport au public oppositionnel puisqu'il demeure un lieu privilégié pour se faire entendre, 3. difficultés à éviter la ghettoïsation des contre-publics/rapport dialectique entre le retrait des contre-publics puis le mouvement nécessaire vers la sphère dominante, 4. danger de réifier des identités, des personnes, des groupes et des lieux comme des catégories essentielles des contre-publics.

autrement circulent difficilement ou sont carrément exclus de l'espace public. Ils participent en quelque sorte à la démocratisation de la démocratie; ils constituent un terrain fertile pour l'apprentissage des habiletés démocratiques et délibératives, ils contribuent au développement d'une culture politique et procèdent d'un processus d'émancipation par et pour les personnes impliquées. C'est pourquoi ce concept guide la poursuite de mon exploration de l'appropriation citoyenne des médias.

3.3 Que sont les médias alternatifs ?

Suite à ces considérations, il importe d'aborder plus précisément l'objet à l'étude, soit les médias que l'on dit « alternatifs ». En effet, la littérature propose plusieurs définitions recoupant pour la plupart des caractéristiques similaires quant à ce qui peut être considéré comme un média alternatif. Toutefois, les terminologies changent et les caractéristiques varient d'un auteur à l'autre dépendamment de l'angle d'analyse, de la littérature mobilisée, de la compréhension du monde et des enjeux communicationnels mis de l'avant, ce qui contribue à une certaine confusion autour de cette notion.

Je propose ici un tour d'horizon des principaux écrits sur les médias alternatifs afin d'en arriver à définir ce qu'est un média alternatif dans le cadre de la présente recherche. Loin d'être exhaustif[17], il se veut plutôt sélectif puisqu'à terme, il vise à mettre en évidence les éléments productifs et utiles de la littérature des médias alternatifs pour appréhender les pratiques médiatiques à l'étude.

[17] Pour un tour d'horizon plus complet et un débat élargi sur les définitions et terminologies proposés par les auteurs, voir Rodriguez (2001) et Dubois (2005).

3.3.1 Une brèche contre le pouvoir symbolique

Malgré un intérêt grandissant pour les médias alternatifs, ils demeurent peu examinés dans les recherches en communication (Downing, 2001). « The accounts of these media that do exist operate usually at the level of description (what exists, where and how it functions) and become overwhelmed by issues of definition » (Downey & Fenton, 2003, p. 185). C'est ce que je souhaite éviter ici. Sans tomber à mon tour dans des débats de définition, non moins importants, on peut se demander dans un premier temps, en quoi ces médias sont-ils alternatifs? Parce que l'alternative peut servir différents discours, comme le fait remarquer Uzelman (2002): « However, the "alternative label" has always been problematic for me. It has been applied liberally to a range of so-called 'countercultural' phenomena that unfortunately soon became engulfed by the market » (p. 83).

Dans le cadre de mon travail, les médias que l'on dit alternatifs sont d'abord et avant tout alternatifs à la structure médiatique dominante et à ses médias de masse en ce qu'ils proposent, soit au niveau des façons de faire ou du contenu, une vision différente de l'information. « This is what we mean by 'alternative media' in this book : media production that challenges, at least implicitly, actual concentration of media power, whatever form these concentrations may take place in different locations » (Couldry & Curran, 2003, p. 7).

Au-delà d'un simple rapport d'opposition, les médias alternatifs s'inscrivent dans un mouvement plus large de démocratisation de la communication (Hackett, 2000) qui incorpore une multitude de visions politiques, de revendications et d'actions. Ce mouvement s'inscrit à son tour dans une perspective globale de justice sociale, incarnée entre autres dans

la mouvance altermondialiste. Les auteurs (Uzelman, 2002; Cardon et Granjon, 2003) reconnaissent généralement deux tendances au sein de la lutte pour la démocratisation de la communication[18], basées sur un modèle bien connu de la gauche, vacillant entre la volonté de réformer le système ou celle de le renverser.

Cardon et Granjon (2003) s'intéressent à ce qu'ils appellent le militantisme informationnel à l'intérieur de la galaxie altermondialiste et y identifient deux principales critiques, anti-hégémonique et expressiviste. La critique anti-hégémonique a pour fonction de dénoncer le système, elle « met en lumière la fonction propagandiste des 'appareils idéologiques de la globalisation' que sont les médias et appelle à la création d'un 'contre-pouvoir critique' » (p. 2). De son coté, la critique expressiviste refuse l'accaparement de la parole par les professionnels, les porte-parole et les experts. Elle cherche à libérer la parole individuelle, à déplacer la lutte vers les personnes appartenant à des groupes minoritaires et marginaux afin qu'elles se saisissent des instruments de représentation et de symbolisation de leurs conditions, et ainsi reprendre le pouvoir de se définir elles-mêmes (Cardon et Granjon, 2003, p. 2-3).

Plus pragmatique, Uzelman (2002) s'attarde aux différentes stratégies mobilisées par les média-activistes. Les stratégies médiatiques alternatives se rapprochent de la critique anti-hégémonique, elles utilisent la structure et les processus traditionnels des médias pour diffuser des informations alternatives ou contre-informations (p. 84). Ces stratégies exercent une pression sur les médias sans pour autant questionner leur légitimité et adhèrent par le fait même au modèle de communication unidirectionnelle et marchand, qu'elles sanctionnent

[18] Terme repris dans Hackett (2003).

sans pour autant le remettre en cause. Les stratégies médiatiques autonomes proposent une autre approche: «they seek to foster new forms of communication that exist outside of the point to mass, consumptive communicative relationships that privilege representation over participation, monologue over dialogue » (p. 85). Cet effort de distinction entre deux types de pratiques à l'intérieur du mouvement de démocratisation des médias permet d'expliciter les tensions auxquelles ce dernier fait face.

Downing, un précurseur de la recherche sur les médias alternatifs, propose, dans l'édition de 2001 de son ouvrage *Radical media : rebellious communication and social mouvements*, une définition de ce qu'il appelle les médias radicaux : « By radical media, I refer to media, generally small scale and in many different forms, that express an alternative vision to hegemonic policies, priorities, and perspectives » (p. V). Selon Downing, le terme radical évite une analyse purement binaire et risque moins de se faire récupérer au profit du dernier *branding* en vogue de l'alternative. Il expose en dix points les caractéristiques différenciant les médias radicaux des médias traditionnels même s'il n'est pas sans rappeler que cette dichotomie simplifie pour beaucoup une relation fort complexe. Comme nous le fait remarquer Dubois (2005), le travail empirique de Downing conçoit les pratiques médiatiques radicales à l'intérieur d'une sphère publique alternative, permettant de faire le pont entre médias alternatifs et contre-publics. Le travail de Downing et de ses acolytes est colossal : il recense des projets multiples et mobilise des outils théoriques fort utiles tirés du marxisme libertaire, de l'anarchie socialiste et du féminisme; cependant il reste prisonnier à certains égards d'une logique d'opposition malgré sa volonté de la dépasser.

Atton (2002), quant à lui, développe sa vision autour du concept de média alternatif, « alternative media, I argue, are crucially about offering the means for democratic communication to people who are normally excluded from media production. They are to do with organizing media along lines that enable participation and reflexivity » (p. 4). Dans un effort de conceptualisation et de théorisation louable, il procède à une recension d'écrits des différents auteurs intéressés par les médias alternatifs. Atton retient deux éléments majeurs à distinguer puis à mettre en relation pour analyser ce type de médias, soit la structure et le contenu. En d'autres mots, un média alternatif se définit dans le mariage entre une structure ouverte, participative, dialogique, démocratique et un contenu original et critique, non pas seulement l'un ou l'autre.

Le caractère participatif semble être ce qu'il y a de plus crucial pour Atton (2002). Les médias alternatifs doivent être au service des groupes en position d'infériorité par rapport aux différentes élites. En revisitant les travaux de Traber (1985 dans Atton), il écrit ceci:

> They are produced by the same people whose concerns they represent, from a position of engagement and direct participation. This need not preclude the involvement of professionals, but they will be firmly in the role of advisers, their presence intended to enable 'ordinary people' to produce their own work, independent of journalists and editors. (p. 14)

De plus, il met un accent sur le potentiel de changement social incarné par ces médias. Ils participent à la production culturelle du social à travers leurs discours et leur manière de faire. Enfin, Atton conçoit les médias alternatifs comme un univers de production culturel constitutif, complexe et varié, unissant à divers degré engagement, ludisme, substance et esthétisme.

Enfin, le regard d'une femme se pose sur les médias alternatifs, celui de Rodriguez (2001), dans son ouvrage *Fissure in the mediascape.* Cette auteure explore des projets médiatiques alternatifs en Amérique du Sud, en Europe et aux États-Unis, au sortir desquels elle dénote des failles importantes dans les théories mobilisées pour étudier ces projets, « our theorizing uses categories too narrow to encompass the lived experiences of those involved in alternative media » (Rodriguez, 2001, p. 9). Les outils conceptuels développés par les études en communication, souvent inscrits dans une vision binaire du pouvoir des médias, demeurent insuffisants pour rendre compte de la richesse et de la complexité des expériences des personnes impliquées dans ce processus. Remarquons ici une transition fort productive pour la présente étude, Rodriguez s'intéresse aux médias alternatifs mais elle cherche avant tout à rendre compte de l'expérience des personnes impliquées dans ces médias. Cet apport est crucial pour mon travail puisque je m'intéresse plus particulièrement aux journalistes de la rue de *L'Itinéraire.* Ainsi, l'objet d'étude n'est plus tant le média en tant que tel, que ses artisans.

Pour remédier au vide conceptuel qu'elle relève, Rodriguez fait appel aux travaux de Mouffe (1992) et McClure (1992) que j'aborderai plus en détails dans la prochaine section sur la citoyenneté. À partir d'une perspective féministe, ces auteures remettent en cause le modèle démocratique dominant basé sur des prémisses libérales et élaborent une conception radicale de la démocratie « whose objective is the articulation of the struggles linked to different forms of oppression » (Mouffe, 1992, p. 316). Partisanes d'une démocratie pluraliste, elles déconstruisent les catégories essentialistes et articulent une nouvelle conception du sujet politique en marge d'une conception libérale de la citoyenneté socialement ancrée dans des valeurs patriarcales et capitalistes, ce qui n'est pas sans rappeler

l'espace public bourgeois d'Habermas découlant de ces mêmes prémisses. D'ailleurs, l'espace public d'Habermas bien qu'ayant contribué à l'émancipation de la société, a aussi grandement servi à construire et renforcer plusieurs des injustices sociales envers les femmes, les enfants, les minorités ethniques, les pauvres, etc. qui caractérisent encore la société d'aujourd'hui.

La démocratie radicale s'intéresse à l'articulation des identités du sujet et met à jour les différents mécanismes d'exclusion à l'œuvre dans la production discursive de ces identités. Au cœur de cette approche théorique se trouve la remise en cause de la citoyenneté. Cette théorie change radicalement notre façon d'envisager la citoyenneté, elle sert de base pour la déconstruction des différentes formes d'exclusion bâties autour de cette catégorie. « A radical democratic interpretation of citizenship will emphasize the numerous social relations in which situations of domination exist that must be challenged if the principles of liberty and equality are to apply » (Mouffe, 1992, p. 325).

McClure (1992) rejette la vision moderne du « sujet de droit » centrée sur un rapport étroit entre le citoyen et l'État et s'affranchit d'une vision purement institutionnelle des luttes politiques: « [...] post-structuralism offers the possibility of resisting, not in the sense of opposition to the state as such, but rather as resistance to constructions of political identity and subjectivity that take state institutions as the political sites, and state power as the primary object, of political struggle » (p. 120). Cette vision représente non pas l'éclatement du sujet et la fin des luttes politiques, au contraire, elle suggère une 'prolifération de nouveaux espaces politiques'. Dans la mesure où on envisage les révolutions démocratiques comme Laclau et Mouffe « as a series of displacements of the line of demarcation between

public and private » (McClure, 1992, p. 122), la constitution de nouveaux espaces politiques hors des cadres institutionnels de l'État met sous tension la frontière entre public et privé ouvrant la voie à une politique du quotidien. « It suggests the possibility of a politic that begins not with the object of constructing similarities to address rights claims to the state, but opens rather with the object of addressing such claims to each other, and to each 'other', whoever and wherever they may be» (McClure, 1992, p. 123).

Cette conception renouvelée du sujet politique permet d'échapper à l'essentialisme des théories politiques modernes comme nous l'indique McClure (1992) à propos des femmes. «No subject in sum, is simply gendered; there are no "women" simpliciter, already constituted as a bounded political group with necessary common interest, already given as a political category» (p. 122). Ces auteures insistent sur l'expérience, fondamentale, parce que c'est à travers elle que se vit la citoyenneté et que prend forme le changement social. La citoyenneté n'est pas une étiquette bureaucratique, un état de droit, un statut légal, une caractéristique acquise ou un récipient passif, elle est vécue, active, se forme et se transforme au quotidien dans un mouvement générateur: « As citizens actively participate in actions that reshape their own identities, the identities of others, and their social environment, they produce power » (Rodriguez, 2001, p. 19).

Ces nouveaux outils théoriques fournissent suffisamment de munitions à Rodriguez pour faire une transition conceptuelle vers sa notion de « médias citoyens » permettant ainsi d'échapper à l'analyse binaire qu'appelle le terme alternatif. Sous l'angle de la citoyenneté radicale, les pratiques des personnes impliquées dans les médias citoyens sont une forme concrète de résistance anti-hégémonique, mais plus encore elles génèrent du pouvoir en

produisant des identités, des codes et des liens hors des discours dominants. « De son point de vue, médiatiser activement le monde de la vie quotidienne, c'est rendre du pouvoir aux individus et en faire des "citoyens" » (Cardon et Granjon, 2003 p. 9). La contestation du champ symbolique exercée par les citoyens est à la base de l'action politique de la démocratie radicale, ce pourquoi les médias citoyens sont aux premières lignes du combat.

> The resistance strategies chosen by all these citizen's group evolve around strengthening the 'symbolic dimension' of everyday life; that is, opening social spaces for dialogue and participation, breaking individuals' isolation, encouraging creativity and imagination, redefining shared social languages and symbols, and demystifying the mass media. In other words, citizens' media nurture an everyday life charged with meaningful experiences and practices, where identities are — to use the Althusserian term — interpellated, addressed, confronted, dialogued, and in the whole process, shapes and reshaped in movements that alter historical power configurations. (Rodriguez, 2001, p. 63)

La contestation, à laquelle les médias citoyens participent activement, prolifère dans des espaces multiples et s'attaque à un pouvoir diffus qui échappe à la dialectique de résistance traditionnelle envers l'État. Pour Rodriguez, ces médias sont un moteur d'émancipation puisque l'articulation d'identités et des discours qui leur sont propres crée les brèches dans l'espace public et ouvre la voie au changement social.

Les médias citoyens s'actualisent au sein d'une collectivité qui performe sa citoyenneté à travers une démarche médiatique et des interventions spécifiques, ces efforts visent à défier et à contester les codes sociaux, des identités légitimées et des relations sociales institutionnalisées, ces pratiques donnent du pouvoir aux communautés afin de rendre ces transformations possible (traduction libre, Rodriguez, 2001, p. 20).

Les différents auteurs passés en revue évoquent clairement l'intérêt et la complexité des pratiques au cœur des médias alternatifs. Ils fournissent des pistes fructueuses pour les chercheurs qui voudraient redonner de l'importance à un champ sous-étudié et sous-théorisé des études en communication (Downey & Fenton, 2003, p. 185). Parce que les médias alternatifs remettent en question des choses aussi fondamentales que la citoyenneté et la démocratie et participent par le fait même à leur redéfinition, ils sont des objets d'étude cruciaux.

Les médias alternatifs défient les structures élitistes et capitalistes des médias de masse, ils opèrent selon un système de communication ouvert et inclusif sollicitant l'implication directe et la participation active des citoyens dans la production de contenu. Ils constituent des espaces uniques pour l'expression des personnes, groupes, idées généralement exclus des médias commerciaux et de la société. Ces groupes minoritaires et marginalisés ont très peu de moyens à leur disposition pour faire entendre au reste du monde leurs expériences de la réalité sociale qui diffèrent souvent de celles de la majorité. Les médias alternatifs traitent de sujets qui sont habituellement écartés de l'agenda des médias traditionnels ou encore ils traitent les problématiques d'un angle tout à fait différent. Les médias alternatifs se différencient à travers un contenu engagé et diversifié essentiellement à travers le déploiement d'un journalisme militant et bénévole. Ils reposent sur des principes d'entraide et de solidarité, ont à cœur l'expérience humaine, font la promotion d'une vision collectiviste et tente de susciter le débat et l'action.

CHAPITRE 4: MÉTHODOLOGIE

« The qualitative researcher usually begins a study out of personal and scholarly fascination with a phenomenon, and continues to respect its integrity while carrying out field activities ».
(Lindlof, 1995, p. 22)

J'expliciterai maintenant ma démarche de recherche afin de rendre accessibles les différents choix ayant orienté mon travail. La recherche prend vie à travers l'enchevêtrement de choix multiples tous teintés de l'expérience du chercheur, en passant de l'objet à la méthode, du terrain à l'analyse. C'est ce que se propose d'explorer ce chapitre.

4.1 Le choix de l'objet

Mon intérêt pour les médias alternatifs est né d'une insatisfaction grandissante envers les médias de masse. Ce ras-le-bol se concrétisa en action, au mois de septembre 2001. Je me suis jointe au collectif du Centre des médias alternatifs du Québec (CMAQ), un cybermédia indépendant et citoyen lancé dans la foulée des événements précédant le Sommet des Amériques à Québec (avril 2001). Ce projet médiatique, proche du mouvement Indymedia, offrait une vision différente de la communication et de l'information basée sur une philosophie dialogique et participative. J'ai énormément appris de cette expérience au sein du collectif du CMAQ, elle m'a d'ailleurs propulsée dans plusieurs activités et projets connexes reliés au monde des médias alternatifs à Montréal. Mon activisme a soulevé maintes réflexions et aussi beaucoup d'interrogations, qui restent pour la plupart sans réponse aujourd'hui, devant la complexité des enjeux que ces questions soulèvent. L'idée d'explorer des pistes de réponses à ces questions et d'approfondir ma réflexion autour des médias alternatifs s'est matérialisée dans la poursuite de mes études au deuxième cycle où je me suis

consacrée pleinement à l'étude de ces questions à travers l'exploration d'un de ces médias alternatifs.

4.2 Le choix d'une approche : fondements épistémologiques et méthode

La recension de la littérature sur les médias alternatifs m'a laissée insatisfaite et perplexe à certains égards. Bien que des ouvrages fort intéressants existent, on y retrouve rarement l'expérience, les récits, la voix des artisans. Bizarrement, ces ouvrages semblent, dans la plupart des cas, émaner de travaux qualitatifs et empiriques, bien que la méthodologie préconisée par les chercheurs soit souvent absente. Pourtant, la théorie gagnerait en force et en pertinence à se lier davantage aux données, à se qui ce passe sur le terrain pour produire de manière plus ancrée « the kind of knowledge usually sought by qualitative researchers : understanding of the lived experienced of humain beings » (Lindlof, 1995, p. 4).

Or, cette quasi-absence de la voix des artisans dans la littérature sur les médias alternatifs a accentué ma volonté de les laisser parler, d'explorer la richesse de leurs récits, de vous les faire entendre afin qu'ils soient les protagonistes de cette histoire qui, après tout, est la leur et prend forme grâce à leurs actions. À l'aide de leurs récits, j'espère appréhender plus largement les différents enjeux au cœur de ces médias et les mécanismes d'appropriation mobilisés par ces artisans. Cet intérêt particulier pour le sens donné par les artisans à l'expérience de production nécessite une approche de recherche qualitative à cheval entre les paradigmes interprétatif et constructiviste, « [...] c'est-à-dire une approche de recherche qui tente de comprendre le sens d'un phénomène à l'étude tel que perçu par les participants

d'une recherche et qui utilise pour ce faire la dynamique de co-construction de sens qui s'établit entre le chercheur et les participants » (Savoie-Zajc, 1997, p. 263).

La recherche qualitative s'est développée considérablement dans les dernières décennies, elle offre une multitude de stratégies d'enquête aux chercheurs voulant s'y consacrer. L'observation participante, l'entrevue, le récit de vie, l'analyse de discours sont autant d'outils pour appréhender l'expérience des acteurs en présence. En parallèle, des approches plus globales ont pris plus d'ampleur telles que l'ethnographie, l'interactionnisme symbolique, l'étude de cas, la sémiotique, la recherche-action, l'ethnométhodologie, etc. Toutefois, pour Lofland (cité dans Lindlof, 1995, p.21), la recherche qualitative se définit avant tout selon le type de question posée. J'ajouterais pour ma part qu'elle s'ancre aussi dans la manière dont le chercheur souhaite répondre aux questions posées.

4.2.1 Fondements épistémologiques

Ma volonté d'appréhender les médias alternatifs selon l'angle de ses artisans témoigne en quelque sorte de mon positionnement épistémologique. Les artisans sont, pour moi, le cœur des médias alternatifs; ils les font exister à travers leurs pratiques, les construisent à travers ce qu'ils sont, ce pourquoi ils sont des informateurs de premier choix, à mon sens. De la même façon, les chercheurs sont les artisans du savoir scientifique qu'ils construisent et font exister à travers leurs propres compréhensions et expériences du monde. La subjectivité du chercheur dans l'appréhension des phénomènes observés est incontournable selon ma conception de la science.

Toutefois la recherche scientifique n'est pas entièrement soumise à la subjectivité du chercheur à partir du moment où cette position délicate est conscientisée, assumée et révélée tout au long du processus de recherche : « the practice of reflexive analysis – accounting for the researcher's own role in social action - sensitizes the researchers to the different orders of reality in a scene » (Lindlof, 1995, p. 19). En réfléchissant sur son propre rôle dans le déroulement de la recherche, le chercheur évite de réifier la science en un savoir neutre et absolu comme l'explique Morgan et Smircich (1980) en se référant à Husserl:

> This phenomenologically-oriented perspective challenges the idea that there can be any form of 'objective' form of knowledge that can be specified and transmitted in a tangible form, because the knowledge thus created is often no more than an expression of the manner in which the scientist as a human being has arbitrarily imposed a personal frame of reference on the world, which is mistakenly perceived as lying in an external and separate realm. (p. 493)

Cette conception de l'être humain, de la réalité et de la science était la mienne avant même de connaître le vocabulaire savant avec lequel j'en parle aujourd'hui. Pour moi, la réalité est indissociable des êtres humains qui la perçoivent, elle s'actualise toujours à travers eux et ne peut donc être objectivée, totalement séparée de l'expérience humaine. En dépit de mes croyances personnelles depuis lesquelles découle mon positionnement épistémologique, la science encore aujourd'hui est trop souvent associée au modèle canonique positiviste. Bien ancrée dans les consciences, cette conception de la science continue de faire des ravages en brandissant ses vérités infaillibles et soi-disant objectives. Il s'agit là pour moi d'autant de raisons de me détacher de cette conception de la science dans mes travaux.

Par ailleurs, la recherche est pour moi une forme d'engagement social comme l'explique Dubois (2005), s'inspirant de la sociologie critique de Rioux, « l'histoire étant

habituellement écrite par les forces dominantes, il est important de faire la lumière sur les initiatives sociales émancipatrices, normalement laissées dans l'ombre » (p. 75). Pour sa part Lefrançois évoque une sociologie « souterraine » qui est à l'écoute des exclus en quête d'identité et d'autonomie. Mon projet de recherche s'insère dans cette vision :

> Tout indique que l'exploration des nouvelles méthodes de recherche et la prédilection pour l'engagement social participent d'un même processus de changement, celui d'inscrire le travail sociologique au cœur même de la vie sociale, là où les choix d'orientation se posent aux acteurs, où se prennent les décisions et où se déroulent finalement les drames individuels et sociaux. (Lefrançois, 1987, p. 143)

4.2.2 L'étude de cas

L'étude de cas m'apparaissait être un design de recherche adapté pour répondre aux questions relatives à l'appropriation citoyenne des médias, entre autres à cause de son attachement au terrain et de sa versatilité vis-à-vis de celui-ci. « Elle est une stratégie de recherche dynamique qui évolue en cours de route pour s'adapter aux particularités et aux opportunités du terrain. Elle constitue davantage une démarche de découverte qu'une démarche de vérification » (Giroux, 2003, p. 44).

Pour Yin, l'étude de cas se définit comme suit: « an empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon within real-life context; when the boundaries between phenomenon and context are not clearly evident; and in which multiple sources of evidence are used » (Yin, 1994, p. 23). En outre, l'étude de cas combine à la fois une approche émique et étique puisque le chercheur tente de comprendre l'expérience du sujet impliqué mais il privilégie en tant que chercheur une position d'extériorité, « il [le chercheur] n'est pas indépendant de son terrain, mais occupe une position d'extériorité vis-à-vis de son terrain »

(Hlasdy-Rispal, 2000, p. 65). Il s'agit de plonger à fond dans le terrain en préservant toujours une distance critique vis-à-vis des données et de nous-mêmes. L'étude de cas permet de combiner plusieurs techniques de collectes de données et favorise une immersion au cœur de l'objet à l'étude. Intimement liée à l'étude du contexte et au phénomène dans son entièreté, l'étude de cas permet de s'intéresser aux acteurs, aux éléments structurels et organisationnels ainsi qu'aux facteurs conjoncturels d'un cas particulier, « elle vise l'étude en profondeur d'un ou plusieurs cas qui exemplifient un phénomène que l'on veut étudier » (Giroux, 2003, p. 45).

La présente recherche s'inscrit donc dans la tradition des études de cas tout en se détachant un peu du modèle classique. En effet, cette approche, solidement ancrée dans le champ de la communication organisationnelle et de la science de la gestion par exemple, est peu mobilisée ou du moins peu explicitée au sein des études sur les médias. Toutefois, en l'adaptant à un objet médiatique tel que le mien, l'étude de cas est toute désignée pour appréhender l'expérience vécue à *L'Itinéraire* sous les diverses facettes que peut prendre l'appropriation et cela toujours selon une approche ancrée et contextuelle.

Enfin, l'étude de cas comme toute méthode comporte des limites. À ce sujet, Yin (1994) et Giroux (2003) évoquent pratiquement les mêmes considérations. D'abord on lui reproche son caractère idiographique (intérêt pour le particulier) duquel il est difficile de tirer des généralisations ou des modèles. Selon certains, cette caractéristique nuit à la validité externe de cette méthode. De plus, comme la plupart des recherches qualitatives, l'étude de cas met à mal le principe scientifique de la reproductibilité voulant qu'un autre chercheur en suivant les mêmes étapes de la recherche en viennent à des résultats identiques. Or selon une

perspective constructiviste ce postulat s'avère obsolète, puisque les résultats sont le fruit d'une co-construction située de la réalité.

Yin (1994) indique aussi un reproche souvent formulé, soit le manque de rigueur de certaines études de cas. Toutefois, la rigueur intellectuelle ou son absence ne sont propres à aucune allégeance ou méthode, c'est au chercheur d'en faire la preuve.

> Tout comme la démarche quantitative, hypothético-déductive, le chercheur doit fournir au lecteur tous les éléments d'information leur permettant d'évaluer la qualité de sa démarche et la valeur des connaissances qu'ils en tirent. La rigueur et la capacité réflexive sont donc des qualités que partagent tous les chercheurs dignes de ce nom quelles que soient leur position paradigmatique et la démarche de recherche – qualitative ou quantitative – qu'ils privilégient. (Giroux, 2003, p. 48)

Cependant, il m'apparaît évident que les chercheurs faisant du travail qualitatif, parce qu'ils sont les principaux instruments de la recherche, doivent redoubler d'ardeur pour prouver la cohérence et l'honnêteté de leur démarche, ce qui n'est pas un mal en soi. Une démarche réflexive explicite présente les éléments de validité interne et externe au lecteur. Elle rend accessibles les postulats à partir desquels la recherche est menée et dévoile le processus de l'analyse afin que le lecteur en prenne une meilleure mesure.

Pour terminer, l'étude de cas présente deux pièges dans lesquels le chercheur tombe souvent. L'ampleur d'un cas est pratiquement illimitée, ce qu'on trouve sur le terrain est riche, inattendu, fascinant et dépasse souvent des ambitions de départ assez ciblées et précises. De là l'importance de circonscrire précisément les aspects à observer et ainsi délimiter le cadre de la recherche dès le départ. Cet exercice évite de s'égarer sur des pistes étrangères aux objectifs premiers de la recherche. Dans la même veine, il importe de limiter

le volume des données à analyser car elles s'accumulent rapidement. Le recours à une variété de techniques pour la collecte peut occasionner des maux de tête lors de l'analyse puisque le traitement d'une entrevue, d'une coupure de presse ou de notes de terrain doit être différencié selon ce que l'on veut en faire.

4.3 Le travail de terrain et la cueillette des données

4.3.1 Accéder et se familiariser au terrain

J'ai longtemps mijoté ma stratégie pour accéder au terrain, avec beaucoup de fébrilité d'ailleurs. Il ne fallait pas brûler d'étapes afin de ne pas effaroucher mes sujets, des alliés incontournables pour réaliser la recherche. La toute première étape fut de rencontrer Annie, la rédactrice en chef de *L'Itinéraire*. J'ai discuté avec elle près d'une heure, je lui ai expliqué mon projet et j'ai sollicité son autorisation afin de mener ma recherche au journal. Essentiellement mon passage sur le terrain impliquait trois étapes : fouiller les archives, faire de l'observation au Café sur la rue et passer en entrevue les journalistes de la rue. Intéressée et curieuse devant mon projet, Annie m'a accordé sans trop d'hésitation l'accès au terrain. Cette ouverture était absolument nécessaire à la cueillette des données. Annie, tout comme Jean, adjoint à la rédaction du journal, furent des alliés précieux tout au long de mon passage sur le terrain; ils m'ont témoigné leur confiance en m'ouvrant les portes de l'organisation, m'ont donné du support tout en me dirigeant vers les bonnes personnes et les bonnes ressources.

Une fois cette étape cruciale franchie, avec soulagement il faut le dire, j'ai commencé mes visites au café et la rédaction des notes de terrain. Je me doutais bien que le cœur de mes

données serait les entrevues mais je voulais d'abord me faire connaître et prendre le pouls du projet en espérant faire les premiers contacts avec mes futurs sujets d'entrevue au café. Or, j'ai rapidement constaté que le café, bien que fréquenté par plusieurs camelots comptait peu de journalistes de la rue parmi ses habitués. De plus, j'ai éprouvé certains malaises lors de mes visites d'observation au café. Je désirais rendre explicites les raisons de ma présence dès le début pour me débarrasser de mon sentiment de voyeurisme, en même temps j'avais peur que les gens se sentent observés, jugés et me fuient. Néanmoins, chaque fois que j'entrais en conversation avec les gens, j'annonçais rapidement les raisons de ma présence sur le terrain.

Il faut dire que ce type de terrain est particulier, il touche une population vulnérable, marginalisée et exclue de la société. Loin de moi l'idée d'aliéner les gens du café davantage par ma présence. Un extrait de mon tout premier passage au Café sur la rue exprime l'ambiguïté ressentie : « Avant d'aller sur le terrain, je me sentais nerveuse, difficile de briser la glace. Je veux être ouverte et annoncer mon rôle de chercheure mais je ne sais pas comment m'intégrer. Je crois que cette nervosité est normale. » (notes de terrain, cahier no1, 25 février 2004, p. 2). Afin d'apprivoiser mon nouveau rôle et d'amenuiser mon malaise, j'ai pris la décision d'endosser un tout autre rôle, celui de bénévole à la cuisine du café tous les jeudis matin.

Je me suis demandée si cette implication n'allait pas me divertir de mon but premier ou brouiller les motifs de ma présence. En fait, je demeurais toujours claire quant à la poursuite de ma recherche, mais lorsque j'étais à la cuisine du café, je me consacrais entièrement à mon rôle de bénévole et mettais de coté temporairement mon travail d'observation. J'ai donc dissocié les moments où je faisais de l'observation et ceux où je

travaillais dans la cuisine afin d'éviter toute « schizophrénie ». Les gens me reconnaissaient donc comme « la bénévole qui fait une recherche sur le journal ».

Ma participation en tant que bénévole au café fut, je crois, une bonne manière pour moi de m'intégrer et de faire face aux différents inconforts ressentis en tant qu'observatrice de ce milieu. Elle m'a permis de briser la glace. Elle a aussi été essentielle pour tisser les liens de confiance nécessaires au bon déroulement de ma cueillette de données; les gens se sont habitués à moi et je me suis moi-même acclimatée à l'environnement particulier du terrain.

4.3.2 Le corpus, l'entrevue semi-dirigée

Pour repérer les personnes à interviewer, j'ai recensé celles, libellées sous le dénominateur de journalistes de la rue dans le journal, ayant écrit régulièrement des articles dans le journal au cours de la dernière année. Une douzaine de personnes répondaient à ce critère. Par la suite, j'ai rencontré Jean qui m'a guidée dans la sélection finale en me donnant des précisions sur ces personnes, certaines étant disparues, impossibles à rejoindre, indisposées à me rencontrer, ou tout récemment intégrées à l'équipe. J'ai finalement retenu une dizaine de noms en espérant recueillir les témoignages d'au moins sept personnes. De plus, je souhaitais obtenir une parité d'hommes et de femmes, malheureusement cela s'est avéré impossible puisque la participation des femmes se fait plus rare à *L'Itinéraire*. Mon corpus d'entrevues est donc constitué de huit entrevues d'une durée moyenne de soixante-quinze minutes, trois avec des femmes, quatre avec des hommes et une avec Jean, adjoint à la rédaction.

Évidemment, il existe plusieurs types d'entrevue, pour ma part, j'ai opté pour l'entrevue semi-dirigée ou semi-structurée pour son ouverture et sa souplesse.

> L'entrevue semi-dirigée consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le flux de l'entrevue dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux sur lesquels il souhaite entendre le répondant, permettant ainsi de dégager une compréhension riche du phénomène à l'étude. (Savoie-Zajc, 1997, p. 266)

Essentiellement, il s'agit d'une entrevue privilégiant le récit et l'expérience des interlocuteurs. Le chercheur établit un cadre d'entrevue à partir de thèmes ou de questions afin de ne pas s'égarer de ses buts, toutefois il est attentif aux pistes non anticipées amenées par l'interlocuteur pouvant faire évoluer la recherche. En ce sens, l'entrevue semi-dirigée comporte une part d'incertitude puisque l'entrevue peut prendre différentes directions.

Bien que mon analyse se concentre essentiellement sur les entrevues, il est important de mentionner tout le travail qui a entouré, préparé et informé autant le choix de mes sujets, l'écriture du cas, la constitution de la grille d'entrevue et l'analyse de ces mêmes entrevues. Les heures passées à fouiller les archives et à prendre des notes, à observer au café, à lire les anciens numéros du journal, à discuter avec les gens m'ont permis de m'imprégner du cas et d'avoir une compréhension plus globale du phénomène à l'étude. Ce travail de terrain, même s'il n'est pas analysé systématiquement en tant que donnée comme le furent les entrevues, est bel et bien parti prenante du processus de recherche. Il a aussi informé le regard avec lequel j'ai mené mon analyse.

Cela étant dit, les entrevues demeurant au cœur du corpus, j'expliciterai donc plus longuement les éléments entourant cette étape de la recherche. D'abord, il a fallu construire

la grille d'entrevue. Cet exercice peut paraître simple a priori, mais il n'en est rien. L'entrevue doit amener des pistes de réponses à la question de recherche, il s'agit donc de traduire en un vocabulaire simple et accessible pour le sujet les concepts abstraits qui guident souvent cette même question.

Mon approche est exploratoire, autrement dit je voulais d'abord et avant tout que les journalistes me fassent part de leur expérience au journal. J'avais confiance que cet exercice me révèlerait des éléments relatifs aux différents concepts enchâssés dans mon questionnement tels que l'appropriation des médias, l'émancipation, la citoyenneté, le changement social. En jargon méthodologique, cette étape vise à opérationnaliser la recherche afin qu'elle soit praticable sur le terrain. L'exercice consiste à poser des questions de sorte que les interlocuteurs révèlent à travers leur récit des éléments relatifs à ces concepts sans pourtant les évoquer dans l'entrevue. Le but étant d'appréhender le phénomène dans leurs propres mots en plus d'éviter d'intimider ou d'embarrasser les participants avec un vocabulaire académique étranger à leur expérience.

Il était primordial pour moi de mettre en place un cadre détendu et informel à l'entrevue afin d'amenuiser le statut parfois intimidant associé à la figure du chercheur « connaissant ». En accord avec la vision de l'entrevue de Limerick et al. (cité dans Savoie-Zajc, 1997), les interviewés offrent au chercheur un cadeau en temps et en expériences en acceptant de participer volontairement à une étude, donnant ainsi accès à un savoir que seuls eux possèdent.

> Pour leur part, Limerick et *al.* la voient [l'entrevue] comme un cadeau en temps, en texte et en compréhension que l'interviewé donne au chercheur. Cette dernière définition implique que la relation chercheur-répondant prenne la forme d'une relation de

> pouvoir : le répondant possède un savoir que le chercheur tente de mieux comprendre. C'est toutefois le chercheur qui initie la démarche d'étude et applique un certain degré de contrôle (question, structure, etc.) au cours de l'entrevue. (p. 265)

Cette vision renverse quelque peu les rapports de force habituellement associés à la recherche scientifique en donnant davantage de pouvoir au sujet, car il connaît ce que le chercheur cherche à savoir. Néanmoins, comme le dit Savoie-Zajc, le chercheur joue un rôle important en tant que guide de cette conversation non fortuite. Il initie les rapports, ce que j'ai fait en suivant un protocole précis lors de mes contacts avec les interviewés[19]. Il exerce un degré de contrôle, entre autres, à travers les thèmes qu'il aborde et les questions qu'il pose dans l'entrevue.

À cet égard, l'entrevue se divise en cinq sections et compte plus d'une vingtaine de questions[20]. La première section sert d'entrée en matière, elle vise à recenser des informations d'ordre général sur le sujet, tels nom et âge en plus de connaître le parcours qui a amené cette personne à *L'Itinéraire*. La seconde section s'intéresse davantage à la production de contenu et à la participation au journal. La troisième section tente de connaître la perception qu'ont les journalistes du journal. La quatrième section s'intéresse au travail de camelot et au contact avec le public dans la rue. Finalement la cinquième section, plus abstraite et éclatée, se consacre à la vision du monde, la contribution du journal dans la société, aux futures aspirations, etc. des participants.

---

[19] J'ai pris soin d'expliquer à chaque participant le projet de recherche, les mesures protégeant la confidentialité, le consentement libre et éclairé et la possibilité de se désister du projet à n'importe quel moment si désiré. Ils ont tous accepté de signer un accord écrit, soit le formulaire de consentement prévu et préalablement approuvé par le code d'éthique de l'Université de Montréal.

[20] Voir la grille d'entrevue en annexe.

Après chacune des entrevues, j'ai pris soin d'écouter les enregistrements. Cette méthode m'a permis d'affiner l'outil de recherche qu'est l'entrevue au fur et à mesure de la cueillette. J'ai ainsi observé mes forces et mes faiblesses, pris la mesure des questions qui fonctionnaient bien ou moins bien, etc. et ajusté le tir lorsque nécessaire. Par exemple, en écoutant la première entrevue, j'ai constaté que je parlais beaucoup trop. J'ai compris que cela était partiellement dû à la nervosité mais provenait aussi du souci que j'avais de mettre la personne à l'aise. Je voulais que l'entrevue ressemble à un échange plutôt qu'à un interrogatoire; cependant je devais rester à l'écoute et laisser plus d'espace au sujet. Pour trouver l'équilibre, j'ai dû améliorer mon écoute tout en restant ouverte et engagée pendant l'entrevue.

Malgré des appréhensions dues à mon manque d'expérience, je considère que les entrevues se sont bien déroulées. Les journalistes de la rue se montraient en général heureux de participer à la recherche et se prêtaient au jeu avec beaucoup de générosité. J'ai l'impression d'avoir établi une relation de confiance avec mes sujets sauf dans un cas particulier où j'ai ressenti une méfiance et une résistance de la part de la personne. Elle était très peu loquace, répondait souvent par oui ou par non à des questions pourtant ouvertes. Expéditive dans ses réponses, elle semblait parfois agacée par mes questions ou propos. Cette attitude m'a déstabilisée et je me suis sentie mal à l'aise tout au long de l'entrevue sans parvenir à établir un lien de confiance avec cette personne. D'ailleurs, cette entrevue est beaucoup plus courte que les autres, une trentaine de minutes. J'ai tout de même décidé de l'inclure dans le corpus.

4.4 Le processus d'analyse

Une fois la cueillette de données achevée et les entrevues retranscrites, est venu le moment redouté secrètement depuis les débuts du projet, l'analyse. Une première plongée dans les données a de quoi faire peur. Devant cette masse d'information de près de deux cents pages j'ai d'abord ressenti un vertige paralysant. J'avais l'étrange impression que mes données étaient muettes, qu'elles ne répondaient d'aucune façon aux questions qui ont pourtant mené toute ma démarche sur le terrain. Puis la panique fit place heureusement à la découverte puis à l'enthousiasme me laissant tout aussi perplexe devant la quantité de pistes désormais trop nombreuses à explorer. Cette abondance de pistes m'a laissée devant des choix difficiles à cause de contraintes d'espace et de temps évidentes du mémoire.

N'ayant jamais analysé de données auparavant, cette entreprise était entièrement nouvelle et inconnue pour moi. À mon grand désarroi, la littérature sur l'analyse ne présentait aucune démarche précise à suivre, au mieux elle révélait le processus et parfois proposait quelques étapes ou techniques pour s'attaquer aux données. L'expérience et le support de ma directrice de recherche ont été absolument cruciaux à ce stade-ci, sans quoi la tâche me serait probablement parue insurmontable.

À ce stade, totalement dépassée par le volume impressionnant du corpus[21], j'ai lu plusieurs fois les données afin de m'en imprégner. Une première économie des données est nécessaire puisqu'il est impossible de les traiter également dans leur entièreté (Lindlof, 1995, p. 216). J'ai tenté instinctivement d'identifier des récurrences, de regrouper certains thèmes,

[21] Plus de 200 pages d'entrevues retranscrites.

enjeux, sujets afin de cibler les éléments plus spécifiques pour l'analyse. Toutefois, cette première réduction des données s'avéra infructueuse, principalement dû à un manque de distance. Armée de mes questions de recherche et du cadre théorique, je cherchais trop précisément des réponses dans les données. Or, il fallait effectuer l'exercice inverse et faire momentanément abstraction de ces éléments (Morse, 1994, p. 26), sans quoi, le chercheur risque d'imposer ou de répliquer un schéma rigide d'analyse pour ainsi faire entrer les données dans de « petites boîtes » (catégories) construites a priori. Il faut éviter de faire coller à tout prix les données au design de la recherche.

Il me fallait donc observer les données à l'état brut, être à l'écoute de ce que les gens me racontaient sans trop tenir compte du reste. Ce travail de distanciation révéla toute la richesse des données d'où ont émergé des points de tension ou des paradoxes fort intrigants. Alors que je cherchais des récurrences, ce sont d'abord les dissemblances qui furent frappantes.

> The analyst seeks coherence even in the "irrational" act. As Charles Taylor points out: "The meaning of a situation for an agent may be full of confusion and contradiction; but the adequate depiction of this contradiction makes sense of it" (p. 109). It is in fact these instances of not converging that confront analyst with their greatest challenges - and often result in the most significant contribution. (Lindlof, 1995, p.217)

Cette découverte me laissa perplexe, toutefois ces nœuds dans les données m'intriguaient et surtout ils s'imposaient d'eux-mêmes comme des pistes d'analyse productives. À partir de là, j'ai identifié deux aspects à analyser. J'ai réuni tous les extraits se rapportant respectivement à ces aspects. L'étude de ces premiers regroupements m'a amenée à raffiner en des unités d'analyse plus fines, des sous-catégories, d'où se dessinaient peu à peu un sens, une cohérence: « It is important to point out that the kind of coherence

referred to here is an achievement of the analyst, not of the social actors in the scene. In other words, the analyst makes sense of the way that social actors make sense of their own actions, goals, and motives » (Lindlof, 1995, p. 217). L'étude d'unités d'analyse réduites me permis de dégager un narratif analytique plausible et cohérent malgré les apparentes discordances.

Ainsi, deux dimensions ont émergé, s'imposant d'elles-mêmes. D'abord la marginalité, tous les répondants parlaient de la marginalité, mais pas toujours de la même façon, elle semblait être à la fois une bonne et une mauvaise chose. Puis j'ai prêté une attention particulière aux pratiques journalistiques et de là est ressurgi un éternel enjeu au sein des médias alternatifs : soit la volonté d'ouvrir l'accès à la production de contenu aux personnes exclues du processus médiatique et celle d'atteindre un niveau de qualité suffisant pour bénéficier de l'intérêt du public afin d'atteindre un minimum d'auditoire. Grâce au processus analytique, certains éléments ont permis de mieux comprendre ces tensions, comme vous le verrez dans le prochain chapitre.

Un retour sur la question de recherche et le cadre théorique, que j'ai d'abord dû laisser de côté, a achevé la démarche analytique. Cette étape, absolument cruciale, est l'aboutissement du processus de recherche. Il s'agit de mettre à contribution la littérature existante, de confronter les découvertes empiriques à un savoir déjà articulé, d'envisager les données dans le contexte d'un champ d'étude élargi et finalement de participer à la discussion déjà en cours entre la communauté de chercheurs sur l'objet à l'étude. Cette étape est cruciale comme le souligne Morse (1994) : « Theory gives qualitative findings application.

Without theory, qualitative results would be disconnected from greater body of knowledge » (p. 32). Je me suis donc humblement prêtée à cet exercice en conclusion de ce mémoire.

Le prochain chapitre propose une incursion momentanée dans l'univers des journalistes de la rue du journal *L'Itinéraire*. Mon regard analytique se mêle à leurs récits afin de révéler les différentes formes d'appropriation et d'émancipation propre à l'expérience des personnes impliquées ainsi qu'au projet lui-même.

CHAPITRE 5 : ANALYSE DES DONNÉES

« Dans *L'Itinéraire* j'ai parlé de choses qui me concernaient beaucoup pis je donne ma vision du monde et je sais qu'elle n'est pas partagée par tout le monde mais au moins je l'ai proposée, je l'ai exprimée, je l'ai sortie. Ça, ça me fait du bien ».
(Paul, entrevue, juillet 2004, p. 14)

Nous l'avons vu au cours des chapitres précédents, donner, proposer, exprimer sa vision du monde n'est pas donné à tout le monde dans le contexte médiatique actuel. Il s'agît plutôt d'un privilège accordé aux porte-parole des grandes compagnies et des gouvernements, aux journalistes professionnels, aux leaders d'opinions et aux experts de tout acabit, prérogative d'une élite dotée d'un pouvoir symbolique sans cesse consolidé par des médias corporatistes. Or, comme le dit Paul dans l'exergue débutant ce chapitre, *L'Itinéraire* lui a permis de parler de choses qui le concerne, de donner sa vision du monde et c'est là, dans la possibilité pour des personnes de ne plus être de simples récipients de la vision du monde des autres mais de devenir eux-mêmes producteurs et diffuseurs de leur vision du monde, que réside le potentiel émancipateur de *L'Itinéraire*.

Une conception émancipatrice des médias peut sembler romantique, utopiste ou tout simplement dépassée. Il est vrai que les médias de masse ne prétendent plus être des instruments d'émancipation, pourtant c'est bien ce qu'ils ont été à leur début selon la lecture qu'en a fait Habermas, un moteur d'émancipation pour la classe bourgeoise qui s'est affranchie du joug de la monarchie. Serait-il alors complètement farfelu de croire qu'aujourd'hui certains groupes de la société tentent de la même façon de s'affranchir ou du moins de se dissocier de cette classe bourgeoise ? Nombreux sont ceux qui souhaitent voir le système capitaliste renversé. Sans parler de révolution, l'émancipation de l'ensemble de la société, plus particulièrement des plus opprimés, est au cœur des revendications du

mouvement de démocratisation des médias, sans laquelle une grande partie de la population demeure inféodée à une poignée de puissants.

Les médias capitalistes contrairement aux médias alternatifs se nourrissent de spectacle, de sensationnel, d'événementiel, bref de ce qui fait vendre. Le climat médiatique davantage axé sur le divertissement amenuise le rôle politique autrefois joué par les médias, les réels débats publics sont évincés et se font de plus en plus rares. Résultat, le déclin de la sphère publique entraîne une perte de citoyenneté pour l'ensemble de la société, touchant toutes ses classes. Toutefois, les personnes en marge de la société sont d'autant plus touchées par ce phénomène. C'est pourquoi les médias alternatifs sont essentiels en ce qu'ils tentent d'élargir le spectre des acteurs entendus et reconnus socialement. Parmi les derniers bastions de l'émancipation, ils amplifient la parole des rebelles, infidèles et laissés-pour-compte du système. Or, c'est précisément ce que *L'Itinéraire* s'applique à faire. Le présent chapitre propose d'explorer le potentiel émancipatoire des médias alternatifs à travers le cas de ce journal de rue.

À première vue, nous pourrions reprocher à *L'Itinéraire* d'innover peu dans la forme, se distinguant à peine de par sa signature graphique aux autres mensuels de la presse écrite. Toutefois, à l'intérieur de ses pages, il procède au renversement de la pyramide sur laquelle s'appuient les médias de masse et permet aux personnes à la base de l'échelle sociale d'être entendues. En effet, les journalistes de la rue, souvent formés à l'école de la vie, sont à plusieurs titres de réels « experts de la survie ». Exclus du système, cobayes de la machine capitaliste, ils sont à même de rapporter avec justesse une réalité brute et souvent dérangeante pour monsieur et madame Tout-le-monde. Parce que leur situation est souvent

précaire, ils ressentent au premier degré plusieurs des impacts concrets des sujets qui font la une chaque jour dans les médias.

Dans ce chapitre, je souhaite amplifier la voix des journalistes de la rue parce que leur parole est trop souvent étouffée, ignorée ou méprisée. Même au sein des recherches menées sur les médias alternatifs, la voix des artisans est trop souvent absente. À travers le récit de leurs pratiques en tant que producteur et diffuseur de contenu médiatique, j'aborderai deux thèmes particulièrement significatifs qui se sont imposés lors de l'analyse des données. D'abord, la discussion portera sur le thème de la marginalité, plus particulièrement la façon dont elle est perçue, définie et vécue par les journalistes de la rue à travers leur travail au journal, cette marginalité est par ailleurs constitutive de *L'Itinéraire*. Dans un deuxième temps, j'aborderai un débat inhérent aux médias alternatifs, soit la tension entre la nature participative du projet directement liée à l'accès aux médias de ceux qui en sont exclus (*empowerment*) et la qualité du média. La tension qualité-participation s'avère productive, complexe et parlante dans le cas présent.

Avant d'entrer dans le vif de l'analyse, je désire rappeler les questions qui m'ont poussées à entreprendre cette étude. À partir d'une démarche exploratoire, j'ai voulu relever les efforts déployés par des citoyens, normalement exclus des médias, pour se faire entendre dans l'espace public à travers l'expérience de la production médiatique. Je suis partie d'un postulat intuitif, somme toute assez simple, basé sur ma propre expérience : la prise de parole médiatique est un acte politique en ce qu'elle investit de pouvoir celui qui est détenteur de cette parole. Cette prise de parole s'actualise dans des projets médiatiques alternatifs puisque les médias de masse sont soumis à la culture de consommation et ainsi

dépourvus du potentiel d'émancipation dont il est question ici. Par ailleurs, cette prise de parole comporte aussi selon moi une forme de citoyenneté active et renouvelée en ce qu'elle refuse le rôle de spectateur et/ou de consommateur dans lequel le modèle médiatique capitaliste confine le citoyen. Ces intuitions ont trouvé écho dans la littérature et elles ont animé mon passage sur le terrain.

5.1 La marginalité ou le pouvoir de se définir

Suite à la mise en garde de Asen (2000) soulevé dans le chapitre théorique, j'ai d'abord porté mon attention sur l'articulation autour du thème de la marginalité. Selon cet auteur, les chercheurs doivent prendre des précautions afin d'éviter la réification des contre-publics dans des personnes, des sujets ou des endroits pressentis comme marginaux. Il propose d'y échapper en observant l'articulation des phénomènes d'exclusion au sein de ce qui est pressenti comme un contre-public. Cette réserve permet de résister à la tentation, bien réelle, de définir a priori un contre-public sans prendre la mesure des éléments d'exclusion articulés sur le terrain, par les acteurs en cause. Cette précaution m'a donc amené à découvrir un peu par hasard un premier mouvement d'émancipation, en observant l'articulation de l'exclusion et de la marginalité que proposent les journalistes de la rue du journal.

5.1.1 La marginalité, caractère constitutif de L'Itinéraire

De prime abord, la marginalité peut sembler être un des premiers traits distinctifs des médias qu'on dit alternatifs en ce sens qu'ils évoluent par définition en marge du simple fait de résister au modèle médiatique dominant. En effet, une des missions des médias alternatifs

consiste à amplifier les voix des personnes normalement exclues de la production médiatique. Cet objectif est facilement atteint dans un contexte où une minorité d'individus possède la légitimité prescrite pour se réclamer de la parole médiatique. Ainsi, la très grande majorité des citoyens se trouve exclue de la production médiatique et donc confinée à la marginalité, marginalité médiatique, en l'occurrence. Concept galvaudé et versatile, la marginalité est toujours située en tension avec les standards et normes reconnus comme tels dans un milieu ou un contexte donné, donc difficile à définir en soi.

Les médias alternatifs parviennent à amplifier les discours marginalisés par le système médiatique en ouvrant des espaces de communication pour les citoyens. Cela étant dit, au-delà d'un problème généralisé d'accessibilité à la production médiatique, il existe divers degrés de marginalité et d'exclusion. Or, les médias alternatifs malgré leur volonté de transcender le modèle social dominant continuent pour la plupart d'intéresser une élite, c'est-à-dire une majorité de personnes appartenant aux couches les plus favorisées de la société souvent des hommes, hétérosexuels, blancs et scolarisés. Cela malgré des structures ouvertes et démocratiques, et dans certains cas des efforts conscients pour intégrer des femmes, des jeunes, des personnes provenant des communautés culturelles, de la communauté gaie, de milieux défavorisés, etc. Autrement dit, malgré la volonté de dépasser les iniquités, il semble difficile d'échapper aux effets pervers d'une pyramide sociale basée sur des valeurs patriarcales et capitalistes.

L'Itinéraire n'est pas différent du lot, il subit le même sort comme l'explique Jean, adjoint à la rédaction du journal : « Mais oui, c'est un défi trouver des nouveaux camelots, des femmes, on a peu de femmes, pas de jeunes ou de gens issues de communautés

culturelles différentes, des québécois d'adoption » (Jean, entrevue, septembre 2004, p.8). Toutefois, *L'Itinéraire* réussit là où d'autres échouent. Il parvient à inclure dans l'espace médiatique des personnes marginalisées économiquement, tout un défi en soi. Créé par des personnes sans-abri, sans-emploi ou prestataires de l'État, il est un des seuls médias alternatifs au Québec, avec les autres journaux de rue comme *La Quête* à Québec ou *La Galère* à Trois-Rivières, à réunir les conditions nécessaires pour donner la parole aux personnes ayant connu ou connaissant des problèmes majeurs reliés à la pauvreté. Donner la voix à ces personnes, qui se retrouvent souvent à la rue dans des positions de marginalisation extrême, est au cœur du projet initial comme l'indique le préambule du premier numéro de *L'Itinéraire* :

> Le journal *L'Itinéraire* est un outil d'information sur le groupe l'Itinéraire, ce journal est fait par des gens du milieu. Nous aimerions donner la chance aux gens d'écrire sur différents sujets et de mieux nous connaître en les invitant à sortir de la solitude. Pour créer des liens et pour partager nos opinions au niveau de l'emploi, de l'itinérance et personnel. (Denise English et Mickey Wilson, Journal *L'Itinéraire*, vol.1, no1, printemps 1992, p. 2)

Plus de dix ans ont passé, depuis le journal a évolué et sa mission avec lui. De plus en plus populaire, il a su se faire une place dans le paysage urbain montréalais, mais donner la voix aux sans-voix demeure une priorité comme l'écrit l'actuelle rédactrice en chef de *L'Itinéraire* dans son tout premier éditorial :

> Chemin faisant, voilà quatre ans, j'aboutissais à *L'Itinéraire* sans me douter qu'il s'agirait du premier VRAI coup de foudre de ma vie. Coup de foudre pour les gens de la rue! Pour leur courage, pour leur vision du monde et leur intensité. À titre de rédactrice en chef, c'est d'abord tout ce qui m'a séduit chez les gens de la rue que je souhaite mettre en valeur par ma contribution. [...] Toujours préoccupé par la nécessité de donner une voix aux sans voix, *L'Itinéraire* continuera d'aborder l'actualité sociale dans la perspective des exclus, pour l'originalité et la nécessité du regard marginal sur une société qui

> tend à uniformiser le mode de pensée, de vie et d'espérance. (Annie, journal *L'Itinéraire*, vol.11, no1, janvier 2004, p. 4)

Combattre l'isolement et la stigmatisation des personnes sans-abri et sans-emploi est le premier moteur du journal. Par conséquent, il agit aux premières lignes de la lutte contre l'exclusion en donnant un espace d'expression à ces personnes, ce à quoi bien peu de médias alternatifs peuvent prétendent. Le journal *L'Itinéraire* carbure à la marginalité, il s'agit de sa première raison d'être. De plus, un autre élément important s'est imposé dès les débuts du projet, il s'agit de l'*empowerment*, une méthode d'intervention sociale qui vise à donner du pouvoir aux gens par la responsabilisation, l'initiative et l'action des personnes en difficulté pour l'amélioration de leur conditions de vie et de leur environnement immédiat. Justement, les données révèlent un moment fort du processus d'*empowerment* dans la négociation qui a cours autour du thème de la marginalité.

5.1.2 Le double mouvement de la marginalité

Au journal, la marginalité, malgré sa géométrie variable, rassemble puisqu'elle est le dénominateur commun de tous les journalistes de la rue. La participation au journal comporte d'une part une opportunité mais elle implique d'autre part le fait d'afficher au grand jour, dans la rue et dans les pages du journal, sa pauvreté, sa marginalité. Certains y sont habitués plus que d'autres. Pour les personnes ayant connu l'itinérance et la mendicité auparavant, la vente du journal constitue un revenu d'appoint et une amélioration de leur statut social alors que pour ceux qui vivent davantage la pauvreté dans l'ombre et s'efforcent d'en cacher les signes, la vente du journal témoigne ouvertement de leur situation de vulnérabilité. Or, personne n'y échappe, participer à un journal associé à la cause de la

pauvreté et de l'itinérance implique d'afficher sa situation, que ce soit en signant un article ou en brandissant *L'Itinéraire* sur la rue.

Ce geste n'a rien de passif; au contraire, il comporte une prise de position de la part des journalistes de la rue comme l'explique Nicolas.

> C'est sûr, je suis un acteur en quelque part. Je suis pas juste quelqu'un qui réagit, je suis quelqu'un qui agit[22]. On essaie des fois de se réfugier dans une bulle au lieu d'agir. Aujourd'hui, j'essaie d'agir plutôt que réagir. J'essaie de changer les choses que je peux. (Nicolas, entrevue, août 2004, p.15)

Cette affirmation révèle un mouvement simultané entre deux éléments : d'une part, le fait de participer au journal signifie qu'on expose sa marginalité; d'autre part, elle permet de la revendiquer, du moins c'est ce que les données révèlent, comme je l'explique dans la prochaine section. Les journalistes de la rue sont obligés de s'afficher, ils incarnent ainsi par défaut la pauvreté pour les lecteurs et les passants. Les stigmates associés à la marginalité, plus particulièrement à la pauvreté, obligent les journalistes de la rue à se redéfinir afin de donner un sens positif à leur action. Les données illustrent les deux faces de cette même médaille. Une tension constante s'exerce entre la marginalité imposée, qui relève davantage de l'étiquette stigmatisante et la marginalité revendiquée, qui relève plutôt d'une re-définition positive du terme par les journalistes de la rue eux-mêmes.

5.1.3 Le poids de l'étiquette : quand la marginalité est imposée

Les données portent à croire que la visibilité qu'implique la participation au journal est au cœur du processus d'*empowerment*. Autrement dit, l'obligation de s'afficher comme

[22] Les passages soulignés sont ceux qui me semblaient les plus parlants et qui ont ainsi davantage attiré mon attention pour l'analyse.

camelot ou journaliste du journal contraint ces personnes à se re-définir, les amenant donc à reprendre du pouvoir sur leur identité et leur vie.

Cette re-définition découle dans un premier temps du poids de l'étiquette de la marginalité associée à la pauvreté, de laquelle tentent de se dissocier les journalistes. Cette marginalité là n'est pas choisie, elle n'est pas glorieuse. Synonyme de dépendance, elle est subie, humiliante et souvent dégradante pour les personnes qui la vivent. La pauvreté est sévèrement jugée, particulièrement dans un contexte de néolibéralisme exacerbé où la citoyenneté, vidée de sa substance, est complice du marché et de l'individualisme triomphant. Le fardeau de la preuve appartient aux « pauvres », jugés responsables de leur situation. Victime de ségrégation sociale, ils sont considérés comme des citoyens de troisième classe, des incompétents et des mésadaptés devant un environnement qui offre pourtant une chance égale à tous de se construire et de faire sa réussite.

Ces mots sont durs, ils peuvent sembler presque inconcevables, mais cette pensée n'est ni fortuite, ni inventée; réelle, elle alimente le stigmate de la pauvreté. Les journalistes de *L'Itinéraire* ressentent les effets de cette pensée au quotidien, les campant dans un rôle inconfortable et difficile à assumer. Lorsqu'ils vendent le journal ou qu'ils écrivent dans ses pages, ils s'exposent aux regards et aux jugements des passants, ils vivent parfois de la honte couplée d'un sentiment d'échec vis-à-vis de la société qui dicte les paramètres normatifs étroits du citoyen productif et acceptable auxquels ils ne correspondent pas.

> J'aimerais ça qu'il n'y ait pas de différence sociale mais malheureusement il y en a une pis chaque fois que je vois quelqu'un sur la rue, un ancien collègue de travail ou quelqu'un avec qui j'ai été à l'université, qui est probablement traducteur, qui bosse, j'ai pas le goût de m'afficher en tant que vendeur de *L'Itinéraire*. (Nicolas entrevue, août 2004, p. 10)

Nicolas, formé en traduction, poète, chansonnier et jardinier à ses heures, s'est retrouvé à *L'Itinéraire* après plusieurs épreuves successives qui ont miné son moral et sa confiance en lui. Son intégration à *L'Itinéraire* est pénible, il s'identifie difficilement au vécu des autres camelots et à l'expérience de la rue, qu'il n'a pas connue. Cependant, l'isolement et la pauvreté, exacerbés par la recrudescence de phobies sociales et de troubles d'anxiété, l'ont mené sur une pente descendante non moins souffrante.

> Je le faisais à contrecœur [vendre le journal], je me forçais pas. J'étais pas motivé, il y avait beaucoup de honte. Moi, la honte pis *L'Itinéraire* j'ai eu un long parcours avec ça, je me sors de ça maintenant. T'sais me faire étiqueter comme clochard je me suis dit, dans quoi je me suis embarqué, je me disais, je correspond pas à ce profil là moi. Pis je sais qu'en même temps j'avais besoin de sous mais en même temps ça mettait un frein. (Nicolas, entrevue, août 2004, p. 2)

Une chose est sûre, les personnes qui aboutissent à *L'Itinéraire* n'y sont pas par hasard, les raisons et les situations qui les y mènent varient mais d'une façon ou d'une autre elles s'en trouvent fragilisées. Nicolas ne veut pas se faire étiqueter comme clochard ou même s'afficher comme vendeur de *L'Itinéraire*. Ainsi, il nous révèle le poids du jugement des autres au simple fait d'être différent, comme l'explique aussi Elsa.

> Pour survivre mentalement des fois, il faut que tu fulmines ouvertement sur la rue. Pis il y a une amie d'un de mes frères qui vit sur le Plateau pis elle est descendue à St-Bruno et raconte à mon frère que je me parle toute seule sur la rue et que je suis encore en train de quêter. Ma sœur me passe ce commentaire là, je la regarde et je lui dis « écoute, j'avais pas le choix, pour ma santé mentale, j'avais pas le choix ». Par contre je me suis aperçue qu'il fallait que je fasse attention parce que ça prend pas grand-chose pour que les gens te jugent, juste parce que tu te parles toute seule sur la rue. Mais je sais en parlant avec d'autre monde que c'est le seul moyen que tu peux te sauver. (Elsa, entrevue, septembre 2004, p. 15)

La dimension négative de la marginalité s'incarne dans les données comme une étiquette imposée et apposée par autrui. Associée à la pauvreté dans le cas des journalistes de

la rue, elle s'impose comme une tare principalement lorsqu'elle est définie et imposée par une source extérieure à la personne identifiée comme marginale. Par conséquent, la marginalité se cristallise dans les stéréotypes, les jugements arbitraires et péjoratifs attribués à la différence venant d'une source périphérique à soi. Sous cette forme, l'étiquette est dommageable et oppressante, comme nous l'indique les prochains extraits.

> Fait que, il y a toujours la question de la honte pis l'image ça m'a toujours hanté pis toujours freiné un peu mes élans de vente pis juste récemment ça fait deux semaines, j'ai dit à mon père et à ma mère que je vendais *L'Itinéraire* pis ils ont rien dit, je pensais qu'il me dirait : « non tu peux pas vendre *L'Itinéraire*, tu vaux mieux que ça ». Moi, je m'attendais qu'ils me disent « non tu peux pas vendre *L'Itinéraire* ». (Nicolas, op.cit., p. 3)

> Un moment j'ai rencontré une fille, j'ai correspondu avec elle sur l'Internet pis ça allait bien, on s'écrivait, elle était intéressée. Elle était un peu journaliste pis elle aimait mon style [d'écriture] pis on avait des intérêts en commun pis j'ai fait la gaffe de, j'ai pris le risque, j'ai dit « je vend *L'Itinéraire* ». Elle m'a répondu, « désolée que ça ne marche pas entre nous deux parce que la situation sociale ne correspond pas. Je pense qu'on est pas au même niveau socialement parlant ». Ça m'a dit je peux pas dire ça à tout le monde. Il faut que je fasse attention. (Ibid, p. 10)

> Il y a des lacunes chez moi, il y a la maladie maniaco-dépressive, j'aime mieux dire bipolaire parce qu'il n'y a pas le mot maniaque dedans, t'sais des fois je trouve ça dur l'étiquette [...]. (Paul, entrevue, juillet 2004, p. 1)

Dans ces extraits, la marginalité imposée par l'autre revêt une dimension clairement négative. Elle prend alors la forme d'une stigmatisation avec des effets pervers non négligeables. Nicolas éprouve de la honte, se sent écrasé par l'image qu'il projette en vendant le journal tout comme il craint les représailles de ses parents. Puis le verdict, ne faisant pas moins mal, vient d'ailleurs. Une inconnue, que Nicolas aurait aimé connaître, déguerpit à l'annonce de l'occupation peu prestigieuse de son nouveau prétendant; la candidature de Nicolas devient irrecevable. La prochaine fois, il devra taire ce « détail » s'il espère séduire

une femme. Paul de son coté évoque le poids de l'étiquette, non pas celle de la pauvreté cette fois-ci, mais celle de la maladie maniaco-dépressive, aussi connue sous le nom de bipolarité, un terme moins difficile à assumer pour lui, une étiquette au degré de stigmatisation moindre. Comme quoi, choisir son étiquette peut avoir un effet bénéfique, bénéfice exponentiel quand on procède carrément à la déconstruction puis à la reconstruction de cette même étiquette.

La marginalité imposée construite en tant que catégorie sociale s'oppose à ce qui est « normal », « acceptable », et définit « l'anormal », « l'atypique », « le répréhensible ». En prescrivant une identité a priori sur les personnes reconnues appartenir à cette catégorie selon des critères et caractéristiques arbitraires, elle leur porte préjudice. Le stigmate influence la manière dont sont perçues et dont se perçoivent elles-mêmes les personnes sur lesquelles sont apposées ces étiquettes. Il discrédite, infantilise, diminue, emprisonne et dérobe. Que ce soit la famille, des étrangers, des anciennes ou des nouvelles connaissances, que le jugement soit appréhendé, pressenti ou réellement subi devant la différence, il est source de tension et contribue au sentiment d'aliénation et d'exclusion vécu par ces personnes.

5.1.4 Revendiquer la marginalité, version revue et améliorée

En dépit de cette relation plutôt pénible avec la marginalité contenue dans le regard de l'autre, les données en présentent aussi une dimension positive principalement lorsque les journalistes de la rue re-définissent par et pour eux-mêmes cette catégorie. Cette tension illustre un paradoxe dans le mouvement de va-et-vient entre la marginalité imposée et la marginalité revendiquée. L'une est subie, perçue comme négative. L'autre est choisie, perçue

comme positive. La frontière entre les deux est mince, les journalistes passent constamment de l'une à l'autre à travers leurs pratiques au sein du journal. Cet extrait illustre, en quelque sorte, cette oscillation.

> Ben là je fais une différence, être marginal, ça veut pas nécessairement dire être fucké, tu comprends. Ça peut être fucké aux yeux de certaines personnes qui jugent. (Paul, op.cit., p. 3)

D'abord Paul rejette l'attribut du « fucké » comme inhérent à la marginalité, pour lui la marginalité n'existe pas en soi, elle réside dans les « yeux des personnes qui jugent ». Ainsi le phénomène semble se renverser, le « fucké » n'est peut-être pas tant dans le marginal mais dans celui qui le qualifie ainsi.

De la même façon Nadine conteste la perception répandue selon laquelle les journalistes de *L'Itinéraire* ne travaillent pas. Il arrive qu'on demande aux camelots pourquoi ils ne se trouvent pas un « vrai travail », mais qui a dit qu'écrire dans le journal et de le vendre n'est pas un « vrai travail » ?

> T'sais les gens ils commencent à dire « Wow, ils [les camelots] ont du courage pis c'est pas facile faire ça, être sur le coin de la rue ». Il y a des gens sympathiques avec toi mais il y en a d'autres qui te regardent de haut, en voulant dire « pourquoi tu travailles pas ? ». Ben qu'é s'é tu penses que je fais ? T'sais, je la travaille mon argent, c'est un travail. Tu dis pas au petit camelot du *Journal de Montréal* qui vend son journal à quatre, cinq heures du matin « qu'é s'é tu fais? ». Tu vois ben qu'il travaille, fait que c'est la même chose. (Nadine, op.cit., p.15)

D'abord Nadine fait remarquer que son travail de camelot suscite de l'admiration particulièrement chez les gens faisant preuve d'empathie, malgré cela elle mentionne qu'il inspire aussi du mépris. Envers ce mépris, elle défend qu'elle « travaille pour son argent ». Ainsi le travail de camelot est un emploi au même titre que les autres. Elle procède d'ailleurs par analogie pour nous convaincre que travailler, c'est bien ce qu'elle fait en vendant

l'Itinéraire. À son tour elle refuse de se soumettre aux jugements négatifs des autres et de se percevoir comme « quelqu'un qui ne travaille pas », une personne aux dépends de la société.

Les pratiques médiatiques quotidiennes au sein du journal donnent une occasion aux journalistes de renégocier le sens de ce qu'ils font et par le fait même leur identité. Leur visibilité les confronte au stigmate de la pauvreté, principale source de préjugés mais moteur central de leur résistance. Comme ils le disent souvent eux-mêmes ils sont forcés de « prendre leur place », et de défendre cette place.

> Avec le temps je me suis aperçue que dans le fond ce que j'ai toujours voulu faire c'est écrire. T'sais quand tu es obligée de te plier à ce que la société veut, t'es pas ben dans ta peau. Moi, j'ai toujours été à contre-courant. J'ai une de mes sœurs qui en 88, elle me disait, on était dans le salon avec ma mère. Elle m'a dit, « toi t'es marginale », j'ai dit « merci ». Quand j'ai regardé la définition de marginal j'ai dit c'est exactement ça que je suis et je suis fière de l'être. Là les choses commencent à se placer pis je sais un peu plus ce que je veux. Ça vient avec l'âge. La société veut que tu rentres dans un moule, chez nous ça veut encore que je reste en ville et que je travaille dans un bureau. Je sais que c'est pas là ma place. [...] C'est ma vie, il est temps que je la vive. (Elsa, op.cit., p. 2)

Elsa exprime clairement son processus de détachement vis-à-vis de ce que la société et sa famille attendent d'elle, c'est-à-dire « rentrer dans le moule », « rester en ville et travailler dans un bureau ». Elle ne se sent pas à sa place à l'intérieur du « moule » normatif du citoyen responsable et productif. Plutôt que d'être « mal dans sa peau » dans cette case étroite, elle choisit de s'en affranchir pour « vivre sa vie » et suit son désir d'écrire, s'accordant enfin cette liberté en dépit des pressions extérieures et pour son propre bonheur. Reconnaissant où se trouve sa place, assumant que cette place puisse être considérée marginale, elle s'en revendique avec fierté comme une marque de son indépendance et de sa différence : « Elle m'a dit, 'toi t'es marginale', j'ai dit 'merci' ».

« Prendre sa place », thème récurrent dans les données, constitue un élément transitoire crucial dans la réappropriation de la marginalité. Une place difficilement concédée à cause du stigmate de la pauvreté et l'exclusion qui en résulte. « Prendre sa place » signifie plusieurs choses : s'affirmer, se défendre, être indépendant, libre, intègre, susciter du respect.

> Il faut que tu prennes ta place. Il faut que tu prennes ta place. Il ne faut pas que tu te laisses imposer, il ne faut pas que tu te laisses marcher sur les pieds. Il faut que tu avances, il ne faut pas que tu recules, c'est important de ne pas se mettre à l'écart des autres. [...] Ils [les gens] se sentent toujours pris dans un tourbillon, ben si je fais pas ci pis ça, il aimera pas ça. Non tu fais ce que toi tu veux, tu fais ce que tu as envie. (Nadine, op.cit., p. 20)

> Le travail que je fais à *L'Itinéraire* m'aide à prendre ma place dans la société, il ne faut pas se laisser imposer des choix ou étiqueter. Chaque individu a sa propre personnalité, ses propres forces et faiblesses puis il faut que tu acceptes les gens tels qu'ils sont et non pas essayer de les changer. (Nadine, op.cit, p. 20)

> Ce que je peux dire avec ce que je vis sur la rue depuis six ans, c'est que la seule façon que tu peux survivre c'est de développer ta force de caractère pis d'oser envoyer promener quelqu'un pis de le remettre à sa place. Moi, je pourrais te raconter des choses que j'ai vu et vécu et des fois tu vas te dire « Woh, qui est plus dérangé entre les deux oreilles ? ». Ça m'a donné une force de caractère. Il y a des gens que je suis capable de remettre à leur place et de dire coudonc t'es pas mieux toi. Ce que j'ai remarqué c'est que la grande majorité des gens maintenant me respecte. Il y a beaucoup de gens qui me disent « aille, je serais même pas capable de faire ce que tu fais là ». (Elsa, op.cit., p. 3)

À travers leur participation au journal, les journalistes de la rue prennent une place, ils s'affichent, sont visibles grâce au média. Ils occupent un espace social que ce soit dans le journal ou dans la rue. Ils existent publiquement et se donnent une mission, sensibiliser les gens aux réalités de la rue souvent mal traitées, biaisées ou ignorées dans les autres médias.

> [Participer au journal] c'est une façon de m'afficher. C'est aussi faire connaître *L'Itinéraire* le plus possible. Démystifier les préjugés que les personnes ont encore envers les itinérants. Déjà là c'est beau. C'est sûr que c'est une façon d'être utile. Je me sens quand même utile. (Nicolas, op.cit., p. 9)

> C'est un éternel cercle, un éternel recommencement mais qu'est-ce qui te donne le goût de continuer, c'est qu'il y a des gens qui viennent te dire, « j'ai lu le journal, je le connaissais pas, je l'ai trouvé super intéressant, il est bien faite, ça parle des vrais affaires, j'ai lu les mots de camelots pis je comprends plus certaines affaires pis qu'est-ce que t'as écrit c'est intéressant, tu as touché à un sujet qui m'intéressait et bla, bla, bla ». C'est ça qui te donne une certaine confiance et adrénaline à l'intérieur de toi pour te dire, c'est l'fun, c'est plaisant, les gens aiment ça. On va continuer, on va en donner plus. (Nadine, op.cit. p. 5)

> Donc, un impact, les gens réagissaient pis il me disait « hey j'ai lu ton article j'ai trouvé ça ben l'fun. » [...]Ça m'a donné des idées, j'ai écrit des mémoires, des expériences de ma vie. L'expérience des autres aussi pis je faisais vraiment réagir les gens. Je les choquais même. Des fois, les gens sont dans leur cocon pis ils pensent qu'ils sont à l'abri de toute, ils ont des œillères, eux autres dans leur vie ça va ben mais ils regardent pas autour. Ils regardent des affaires, ils sont tout surpris pis ça fait des années que ça roule de même. « Ah je savais pas ! ». Criss, lâche ton nombril, ouvre les yeux un peu. Regarde autour. Mon but c'est de dire au monde qu'il y a pas rien que leur petite ouate, pis la petite maison. Les gens c'est ça, boulot, dodo, la cabane, les enfants. (Guy, entrevue, août 2004, p. 9)

La marginalité se déconstruit et se reconstruit au journal à travers les pratiques de production et de diffusion du média. Le potentiel émancipatoire de ces pratiques réside dans la capacité d'abord de prendre sa place, en l'occurrence à *L'Itinéraire*, puis éventuellement dans la société en général. Mais attention, comme vous l'aurez compris, le but ici n'est pas nécessairement, même s'il peut l'être pour certains, de « rentrer dans le moule », mais bien d'exister et d'avoir sa place tout en préservant cette marginalité positive dont les journalistes et camelots sont fiers.

Un facteur important du processus d'émancipation s'incarne dans la notion de travail, elle aussi redéfinie par les journalistes et camelots. *L'Itinéraire* donne la parole aux sans-emploi, un statut sévèrement condamné dans notre société donc lourd à assumer pour ces personnes.

> Les préjugés négatifs et les idées préconçues imposent le modèle de notre société. [...] Prenez mon cas. À 33 ans, camelot de *L'Itinéraire*, je me fais souvent poser la question suivante : « Comment ça que tu ne travailles pas alors que tu es jeune et que t'as l'air en forme ». En réponse à cela je vous lance le défi de rester debout une heure de temps pendant l'heure de pointe au métro Bonaventure, et vous verrez si vendre *L'Itinéraire* n'est pas plus qu'un passe-temps. [...] S'il vous plaît, reconnaissez les efforts fournis par les camelots, et la dignité que nous exprimons dans notre travail. (Maxim, Journal *L'Itinéraire*, vol.12, no5, mai 2005, p. 12)

Comme l'a dit Nadine précédemment, participer au journal est un travail pour elle, c'est ainsi qu'elle choisit de le définir. Guy conçoit les camelots et les journalistes comme des travailleurs autonomes (op.cit., p. 3) qui apprennent peu à peu à se responsabiliser, entre autres à travers l'acquisition des journaux qu'ils doivent d'abord acheter pour ensuite les vendre. Le fait de travailler est important parce que l'intégration au marché du travail est difficile pour les personnes qui aboutissent à *L'Itinéraire*. Cet obstacle contribue d'ailleurs à leur exclusion, ce à quoi *L'Itinéraire* essaie de remédier à titre d'organisme d'insertion sociale. Donc, à travers la notion de travail, les journalistes regagnent une dignité.

> C'est valorisant pour moi de travailler à *L'Itinéraire*, travailler c'est le mot, parce que je trouve qu'il y a une forme de travail là-dedans pis ça là, ça me drille t'sais, je suis obligé de me rendre à mon point de vente, de faire l'effort de sortir de ma cuisine [...] je suis obligé de sortir pour travailler, pis je rencontre du monde. (Paul, op.cit., p. 2)

> [En écrivant dans le journal] ben, j'ai le privilège de communiquer avec d'autres, c'est fantastique, je réalise quelque chose qui est dans ma tête depuis 15 ans. (Paul, op.cit., p. 18)

> [Vendre le journal] ça m'apporte des sous. Je suis sur l'aide sociale mais je le gagne quand même mon argent. Officiellement aux yeux des bureaucrates, je ne suis qu'un numéro, un fardeau, mais officiellement je le gagne mon argent. (Nicolas, op.cit., p. 17)

Participer au journal est un travail. Il demande des efforts mais apporte aussi une satisfaction, des bénéfices tels que rencontrer des gens et communiquer avec eux, il permet

même de réaliser ses rêves. Ce travail constitue aussi un revenu supplémentaire, une façon honnête de gagner « son » argent et d'aspirer à plus d'autonomie.

> Ça fait des année que j'écris pour moi et puis à un moment donné, je me dis toujours éventuellement, je vais écrire pour publier pis ça *L'Itinéraire* me donne cette chance là, tout en me dépannant parce que là vraiment sur le bien-être social, tu peux pas vivre avec 500$ par mois en l'an 2004, t'sais tu peux pas manger durant tout ton mois et puis moi j'avais ma mère qui m'aidait en me donnant de la bouffe mais elle est pas riche elle-même pis je la taxais fait que je suis content d'avoir une autonomie financière minimale de réussir à me faire 10-20 piastres par jour[...]. (Paul, op.cit., p. 1)

Pour bien des camelots la vente du journal est de prime abord une alternative à la mendicité ou à la criminalité même s'ils y découvrent des avantages additionnels en cours de route.

De plus, à travers la vente et l'écriture, les journalistes offrent souvent plus qu'un journal, ils offrent une expérience de vie aux lecteurs, du temps et une oreille quand ils sont sur la rue, une part d'humanité. Le journal tout comme la rue devient un lieu de rencontre et d'échange, un lieu pour recevoir mais aussi donner. L'implication au journal pour plusieurs a été motivée, outre l'apport financier, par le besoin de contacts humains, or ils se retrouvent eux-mêmes à offrir cette part de chaleur qui leur manquait.

> Quand je suis venue au journal j'essayais de me sortir de ma solitude, si tu veux. Pis rencontrer des gens, ça m'a toujours fasciné de jaser avec les gens, d'avoir un contact fait que j'ai décidé d'essayer pis j'aime beaucoup écrire fait que ça m'a permis d'écrire qu'est-ce que j'avais le goût de dire, mon vécu, mon choix de vie si tu veux [...]. (Nadine, op.cit., p. 1)

> [Écrire dans le journal] c'est comme un exutoire pour moi, faire passer un message, ou il peut t'arriver un événement qui t'a vraiment marqué pis tu rencontres par hasard quelqu'un qui te parle d'un problème qui ressemble au tien pis ça te fais réagir, ça te dit, ben cou donc, je suis pas toute seule là-dedans. (Nadine, op.cit., p. 9)

> Je sais que le camelot il a un petit rôle social à jouer d'écoute et de partage. [...] Le contact avec les gens est important pour moi, moi j'aime le monde. J'aime le vrai monde *live*. (Paul, op.cit., p. 17)

Prendre sa place, travailler, être autonome financièrement, offrir et recevoir sont au cœur du processus émancipatoire. Si le fait de participer à *L'Itinéraire* implique nécessairement une notion de marginalité contraignante, il n'en demeure pas moins que c'est à *L'Itinéraire*, à travers leurs pratiques quotidiennes au sein du journal, que les journalistes transforment une étiquette stigmatisante en une identité positive.

D'ailleurs, leur propre définition de la marginalité est essentiellement positive comme le présente les prochains extraits.

> Oublie pas que c'est toujours des marginaux qui… T'sais le fait qu'il y ait des pistes cyclables à Montréal, c'est parce que Bob Silverman à un moment, c'est un fanatique du vélo, et il a poussé la cause, c'est lui qui a… c'est un pionnier, c'est toujours des marginaux qui font qu'à un moment donné que ça se fait récupérer par les milieux conservateurs, dans l'ensemble de la population, par les médias plus conventionnels. […] Même Klein en parle dans son livre *No Logo*, *Nike* un moment donné il se dise il faut aller voir les gens les plus cool. On va aller voir les marginaux. Ils font de la récupération, parce que les jeunes vont se tanner, ça sera plus assez cool, il faut qu'ils poussent toujours ça, tu comprends. (Nicolas, op.cit. p. 8)

> On a besoin des marginaux pour faire du changement un peu. Nous autres [les marginaux] on veut pas vous suivre. On n'est pas d'accord. (Guy, op.cit., p. 19)

> J'appartiens à une société marginale, les artistes, les gens qui… mais ça c'est depuis l'époque des romains, depuis 6000 ans qu'il y a toujours des gens qui se sont jamais senti acceptés par l'élite, par la classe moyenne. Il y a toujours des gens en marge de la société. […] J'ai parlé à mon père, il a eu la même job pendant 30 ans, il est dans les AA depuis 20 ans. Il m'a dit « si j'avais à refaire ma vie, je serais peintre », il serait marginal mon père. Pourtant, j'ai eu de la misère à m'afficher, à afficher mes couleurs face à mon père. Je pensais que c'était ça qu'il voulait de moi alors que je me rends compte de plus en plus que ce n'est pas ça. Je me suis fait un méchant scénario. J'ai une vision de mon père qui ne correspond pas à ce qu'il est. Il correspond plus socialement mais en dedans de lui c'est un marginal. Il ne faut pas se fier aux apparences. Il y a des gens dans la société qui font ben du cash mais en dedans d'eux, ils sont comme moi. (Nicolas, op.cit., p.15)

Pour Nicolas et Guy, le changement arrive par les marginaux. Avant-gardistes, ils font avancer les choses, amènent de nouvelles idées et des innovations sociales. Originaux et différents, ils sont les pionniers du changement, changement par la suite intégré à la masse ou, parce que considéré comme « *cool* », carrément récupéré par le système capitaliste pour en tirer du profit. Nicolas explique aussi que la marginalité est davantage un état de l'intérieur, une manière d'être mais surtout une manière de penser, impossible à percevoir à l'œil nu. Il est intéressant de constater que les journalistes associent la marginalité au changement social, cette association comporte un des aspects les plus positifs de la ré-appropriation de la catégorie de la marginalité puisqu'ils se mettent eux-mêmes au cœur de ce changement, ils en deviennent des agents.

> Je me dit c'est sûr que j'aimerais ça tout changer, je suis un utopiste, un révolutionnaire, pacifiste, ça c'est ma position mais l'autre fois je suis arrivé avec ça pis Jean m'a dit « Paul c'est dans ta tête ça, le révolutionnaire pacifiste », en voulant dire, il y a pas de mouvement, mais pour moi je suis pas seul pis je me sens pas seul pis je me dis si j'exprime, si j'explique à d'autres comment je réussis à changer les choses un petit peu avec un film par exemple, là je m'aperçois que je manque mon coup, je réussis pas à 100%. Je le sais, t'sais. (Paul, op.cit., p. 13)

> Mes parents m'ont toujours dit étant très jeune, « Nadine tu t'habilles jamais comme tout le monde, tu fais jamais rien comme les autres, bla, bla, bla ». Moi je leur disais avec un petit sourire mais dans le fond ça se révèle être un peu ça, dans le fond « je suis la Che Guevara de ma famille », t'sais. Une activiste, anti-conformiste et révolutionnaire, d'où peut-être un peu mon implication dans mon parti politique qui est le (je tairai cette information pour préserver l'anonymat) afin de défendre une cause à laquelle je crois depuis des années. (Nadine, entrevue, juillet 2004, p. 1)

> Quand je dis que je suis un peu la Che Guevara de ma famille ça fait un peu sourire mais ceux qui défendent une cause sociale, humanitaire, on est tous des Che Guevara, comprends-tu. Pour faire changer les choses, aider les plus démunis dans tout. (Nadine, op.cit., p. 9)

> C'est comme quand je dis être une Che Guevara, faire avancer les choses auxquelles tu crois. Avoir une mission dans la vie. Aider les

> gens, faire pour… ce que je fais pour les gens et en m'aidant moi-même mais j'agis pas par égoïsme, j'agis par commune. Partager mon savoir, mon vouloir, mes connaissances afin de toujours aider quelqu'un. À travers *L'Itinéraire* je peux faire ça. (Nadine, op.cit., p. 22)

Contrairement aux étiquettes imposées, la marginalité définie par les journalistes de la rue est fondamentalement positive, elle devient alors un statut auquel on aspire, une façon de s'identifier et de se démarquer selon certaines valeurs ambiantes, telles l'individualisme et le conservatisme. Pour Nadine, les marginaux, incarnés dans la figure emblématique de Che Guevara, font non seulement « avancer les choses » mais ils « défendent une cause », ils « aident les démunis » et ils « ont une mission dans la vie ». Moteurs sociaux, les marginaux sont tour à tour des « utopistes », « pacifistes », « anti-conformistes », « révolutionnaires », ils militent pour la justice sociale à travers la promotion de valeurs humanistes d'entraide et de partage contrastant avec une société « trop arrogante, trop matérialiste et trop contrôlante » (Elsa, op.cit., p. 18). Par conséquent s'opère un renversement significatif puisque la marginalité, affranchie du stigmate, s'apparente désormais à une prise de position consciente et à un choix éclairé s'opposant aux valeurs dominantes auxquelles les marginaux refusent d'adhérer.

La marginalité, transformée en un marqueur identitaire positif, relève d'un mouvement d'émancipation important, soit le passage entre le statut d'une personne exclue et stigmatisée, pratiquement invisible aux yeux des autres ou systématiquement jugée péjorativement à une personne avec une identité choisie et affirmée, un statut revendiqué. La marginalité dans sa dimension positive non seulement fait exister mais elle est synonyme de certaines qualités et valeurs ; elle comporte un prestige relatif, comme le fait remarquer Paul

par rapport à sa position en tant que cinéaste « marginal », dont il semble tirer une fierté certaine.

> Je suis très marginal en cinéma, c'est ce qui fait que des fois les gens me considèrent aussi, c'est ce qui fait que je suis réellement un cinéaste indépendant et marginal qui fonctionne avec le cœur et la tête, mais pas d'astuce de carrière, je suis pas un carriériste [...]. (Paul, op.cit., p. 1)

La ré-appropriation positive du concept de la marginalité redonne du pouvoir à Paul tout comme aux autres journalistes et camelots, le pouvoir de se définir eux-mêmes, de prendre contrôle sur leur identité et de brandir leur différence sans gêne, ni honte.

En rejetant les valeurs d'une société qui les considère comme des citoyens inadaptés, dépendants et indésirables, ils se redonnent un pouvoir en ce qu'ils s'accordent le loisir de juger cette même société et de la rejeter à leur tour sur les bases des valeurs qui sont les leurs. Ils refusent donc le stigmate de la marginalité (associé à la pauvreté) qu'on leur impose même s'ils n'en subissent pas moins les effets au quotidien. Cependant, à travers la réappropriation de la marginalité, ils en font un statut distinctif, une identité renouvelée et créative, une position de résistance et de fierté.

> Moi je suis fier d'être camelot, je participe à un journal que j'aime, pis en même temps je fais un apprentissage journalistique de la façon la plus intense possible qui est en écrivant. Je suis directement concerné, quand je vends *L'Itinéraire* il y a cet aspect là. (Paul, op.cit., p. 17)

Quand la marginalité n'est pas subie mais plutôt choisie pour soi et surtout qu'on se permet de la définir, il semble en résulter un processus d'*empowerment*. Ainsi, les personnes se détachent de la honte associée au stigmate en refusant la définition que la société leur impose et en procédant à une redéfinition d'eux-mêmes.

En d'autres mots, *L'Itinéraire,* en donnant une voix aux journalistes, leur donne, par la même occasion, un espace où ils peuvent « prendre leur place » dans une société qui les paternalise, les discrédite et les ignore. Au sein du journal, le journaliste peut se raconter, se définir, exister pour l'autre, il recouvre ainsi un pouvoir citoyen à travers la prise de parole médiatique. Cette parole le fait exister aux yeux des autres de manière positive à travers la pratique journalistique. Par le fait même, elle donne une place, mais aussi une valeur à ces personnes les propulsant dans un processus d'autonomisation où ils ne sont plus « victimes des autres » mais davantage maîtres de leur destinée.

> *L'Itinéraire* m'a permis de prendre ma place, oui parce que à un moment donné il faut que tu prennes ta place. (...) Entre ici [*l'Itinéraire*] et la société il y a pas de ligne de démarcation parce qu'ici c'est la société, quand tu dis que c'est assez, c'est assez, tu peux pas toujours, les gens peuvent pas toujours être victime des autres. À un moment donné il faut [*inaudible*], faut le dire pis faire des choses pour que ça change, ben en fin de compte tu le fais pas pour ça mais ça te valorise. Quand je dis prendre ma place, ben c'est dire ce que je pense. (René, entrevue, juillet 2004, p. 14)

L'Itinéraire est un des seuls médias où ces personnes peuvent prendre la parole et être entendues publiquement. Dans d'autres lieux, notamment dans les médias de masse, ce sont des experts, des intervenants, des journalistes, des porte-parole, des sociologues ou autres académiciens qui défendent leur cause et parlent en leur nom sans qu'on ne puisse jamais entendre leur voix. Le pouvoir réside en partie dans le fait d'avoir un espace où ils peuvent enfin se représenter eux-mêmes et cesser de se faire définir par les autres.

5.2 L'équilibre fragile entre la qualité et la participation

À *L'Itinéraire,* les principaux concernés, les premières personnes touchées produisent et diffusent des discours médiatiques authentiques et souvent inédits sur les réalités de la marge comme l'explique Guy, « c'est le seul moyen que nous, les itinérants, on a pour s'exprimer, dire qu'est-ce qui en est, pis ce qu'on vit » (Guy, op.cit., p. 16). À *L'Itinéraire*, ces personnes ne sont plus simplement accessoires aux discours des autres, ils deviennent les protagonistes de leur propre histoire. À travers leurs pratiques au journal, ils se jouent des étiquettes, se métamorphosent, refusent de se taire et de demeurer les éternels absents des médias et de l'espace public. Ils revendiquent une place, la leur. Ainsi, *L'Itinéraire,* en donnant la parole aux personnes sans-abri et sans-emploi, élargit le spectre de la production de sens et démocratise au même moment les médias et l'espace public. Pour ce faire, il met de l'avant un des principes phares du mouvement pour la démocratisation des médias, soit l'accès aux médias pour les personnes qui en sont normalement exclues.

> [...] to provide access to the media for these groups on those groups' terms. This means developing media to encourage and normalize such access, where working people, sexual minorities, trade unions, protest groups – people of low status in terms of their relationship to elite groups of owners, managers and senior professionals – could make their own news, whether by appearing in it as a significant actor or by creating news relevant to their situation. (Atton, 2002, p. 11)

L'Itinéraire, de par son caractère participatif, choisit de privilégier l'accès aux sans-emploi et sans-abri. Ainsi, il inscrit dans le débat public et met à l'ordre du jour des enjeux et discours marginalisés dans les médias traditionnels. Il est d'ailleurs le seul média alternatif de la métropole dédié à l'expression de ces personnes. Son succès et sa longévité reposent sur un dosage calibré entre deux ingrédients constitutifs du journal, la participation des gens de la rue et la qualité journalistique. Je vais m'attarder à ces deux dimensions dans la présente section, principalement à ce qui les unit et les divise.

rue et la qualité journalistique. Je vais m'attarder à ces deux dimensions dans la présente section, principalement à ce qui les unit et les divise.

L'histoire des journaux de rue le démontre bien, l'équilibre entre le caractère participatif et la qualité de ces médias est fragile, il tend même à les diviser en deux clans. En Amérique du Nord, la tendance veut que bon nombre de journaux de rue donnent préséance aux voix des personnes marginalisées, mais ce n'est pas une pratique commune en Europe. Le débat reste entier ; il incarne à merveille deux éléments en tension, d'un coté la qualité, de l'autre la participation. Le premier a pour objectif la reconnaissance du public pour la vente du produit et le second vise avant tout à donner une voix aux sans-voix. Mais peut-on découper une frontière si nette entre ces deux éléments ? Dans le cas de *L'Itinéraire,* je prétends que non puisqu'ils ne sont pas opposés comme certains pourraient le croire, au contraire, ils s'avèrent être des éléments complémentaires. Toutefois, une tension indéniable se dessine entre qualité et participation dans les données.

Tel qu'il est connu du public, *L'Itinéraire* ne serait pas *L'Itinéraire* sans la participation directe des journalistes de la rue dans le journal. De la même façon, si sa production était improvisée et bâclée, le journal risquerait de sombrer dans l'oubli devant le désintérêt des lecteurs. Dès ses premières heures, *L'Itinéraire* a su jumeler habilement ces deux éléments cruciaux. Les données sont intéressantes à ce titre. Elles permettent d'observer, à un moment donné de l'histoire du journal, l'importance de la dynamique qualité-participation et les mécanismes par lesquels elle est gérée au quotidien. C'est au cœur des pratiques médiatiques quotidiennes entre les journalistes et la rédaction que se négocie cet équilibre,

plus particulièrement à travers le processus de révision, moment fort de la pratique journalistique et enjeu manifeste pour les journalistes.

Cette discussion est d'autant plus pertinente car elle s'applique à la grande majorité des médias alternatifs favorisant l'accès et la participation médiatique des exclus. Or, pour ces médias, les impératifs de qualité peuvent difficilement être ignorés tant pour élargir les auditoires que pour diffuser leur message en dehors du cercle des habituels convertis. Suite à la volubilité des journalistes autour du processus de révision, la prochaine section propose d'étudier cet enjeu en observant de plus près ce qui entoure cette pratique. En effet, cette étape illustre la complexité des enjeux entourant les différents processus de négociation en cours pour atteindre l'équilibre entre la participation et la qualité.

5.2.1 La révision et ses implications

Le processus de révision est inhérent à la production d'un journal, donc à première vue routinier et banal. Pourtant, à *L'Itinéraire*, les propos des journalistes laissent croire que quelque chose d'important se négocie autour de cette activité. Je me suis intéressée plus à la pratique journalistique, c'est-à-dire la production de contenu au journal autour de laquelle semble se dessiner cet enjeu. Lorsque j'ai posé la question à savoir : qu'est-ce qui est le plus difficile dans le travail journalistique, les réponses, presque unanimes, ressemblent à peu de choses près à celles-ci :

> Ce que je trouve difficile c'est de garder ça clair et net. C'est ça que je trouve le plus dur. <u>C'est de ne pas se faire couper. On se fait toujours couper.</u> On est toujours limité aussi. (Guy, op. cit., p. 11)

> Le plus difficile c'est le fait que <u>je sois obligé de couper le tiers ou le deux tiers de mon matériel.</u> Des fois j'en ai pour trois pages mais je suis comme résigné à ça. (Nicolas, op.cit., p. 10)

récriminations des journalistes, soit « se faire couper », puis « se faire corriger ». Bien qu'on les distingue pour les fins de l'analyse, dans les faits ces dimensions s'actualisent souvent simultanément. Gardons simplement en tête que sur le terrain l'une vient rarement sans l'autre.

À travers ces dimensions les journalistes revendiquent de façon très concrète leur place dans le journal, plus précisément l'accès au média. Selon eux, l'accès se réalise en deux temps, d'abord avoir un espace pour s'exprimer, ensuite s'assurer que cet espace est bien le leur. Dans les données, ces deux critères d'accès au média se manifestent dans la difficulté de « se faire couper » et de « se faire corriger », deux irritants du processus de révision. Autrement dit, à travers ce processus, les journalistes posent constamment deux questions : est-ce que j'ai une place et est-ce que cette place est belle et bien la mienne ?

5.2.2 Notions relatives au fonctionnement interne de la production du journal

Avant de plonger dans les mécanismes de négociation en présence, il semble opportun d'expliquer davantage les rouages internes particuliers d'un journal de rue. À l'intérieur d'un journal traditionnel, on peut facilement imaginer des rapports hiérarchiques, mais dans un journal censé donner la voix aux personnes sans emploi et déjouer différentes formes d'oppression, ces rapports se négocient forcément autrement.

Il est arrivé par le passé, en de rares occasions, que des personnes de la rue occupent des postes permanents à la rédaction du journal[23]. Néanmoins, il semble que le journal ait adopté une structure de production en confiant les postes de rédacteur en chef et d'adjoint à la rédaction à des professionnels de l'information, souvent de nouveaux diplômés, offrant une première expérience de travail parfois difficile à acquérir pour ces jeunes. On peut penser que cette décision repose entre autres sur l'objectif de fournir un journal de qualité. Cependant ces professionnels ont pour mandat de produire un journal en collaboration avec les personnes de la rue, comme le rappelle cette notice insérée chaque mois dans les pages de *L'Itinéraire* : « Cette publication est produite et rédigée en majorité par des personnes vivant ou ayant connu l'itinérance, dans le but de leur venir en aide et de permettre leur réinsertion sociale et professionnelle ».

Ainsi un des premiers mandats de la rédaction[24] est d'assurer la participation active des journalistes de la rue dans le journal, même si elle jongle avec plusieurs autres fonctions[25]. La structure de production se veut la plus horizontale possible afin d'être fidèle à la philosophie de l'*empowerment* et ainsi permettre aux journalistes de la rue de s'épanouir à l'intérieur de cette structure. Dans cette optique, ont lieu chaque mois des réunions de production où se réunissent les journalistes de la rue et la rédaction pour réfléchir ensemble au prochain numéro. Selon les dires de Jean, adjoint à la rédaction, ces réunions nourrissent directement le journal même s'il déplore le faible taux de participation.

---

[23] Selon ma lecture des archives, une personne de la rue a été embauchée comme adjoint à la rédaction à une seule occasion, au tout début du journal. Par la suite, des professionnels ont occupé ce poste, tout comme celui de rédacteur en chef.

[24] J'utiliserai ce terme pour référer au duo de professionnels en charge de coordonner la production du journal. Annie occupe le poste de rédactrice en chef et Jean celui d'adjoint à la rédaction.

[25] En plus d'encadrer les journalistes de la rue, Annie et Jean coordonnent la production du journal, rédigent des articles, en font la révision, ils travaillent en collaboration avec les journalistes-pigistes professionnels, encadrent des journalistes-stagiaires, ils participent aux réunions administratives du groupe L'Itinéraire, se chargent des relations publiques, contribuent aux efforts de financement du groupe, etc.

> On fait un tour de table : « Bon qu'est-ce qui serait bien ? Qu'est-ce que vous voudriez voir dans *L'Itinéraire*, qu'est-ce que vous voulez écrire sans pour autant que ce soit vous qui soyez à la base de ça ? » Il y a souvent des super bonnes idées. On essaie d'intégrer ces idées. Il y a peu de personnes qui participent à ces réunions parce qu'il y a peut-être peu de personnes qui veulent s'intéresser vraiment au contenu du journal malheureusement, mais il y a souvent des bonnes propositions qu'on a retenues et qui ont été des articles. Donc ça c'est intéressant. (Jean, op.cit., p. 3)

Ces réunions visent à stimuler la participation des journalistes de la rue et à les intégrer davantage dans les différentes étapes de production. Elles se déroulent sous forme de discussions où différentes idées sont échangées. La rédaction annonce l'idée de la une, les journalistes proposent le thème des articles qu'ils rédigeront pour le prochain numéro. Ces réunions ont aussi pour but de faciliter le travail de la rédaction afin d'éviter de procéder individuellement avec chaque journaliste pour convenir d'un article. C'est pourtant ce qui semble se passer à plus forte raison comme me l'a expliqué Jean parce que peu de personnes se déplacent aux réunions de production.

Sans entrer dans trop de détails, les données semblent exposer quelques-unes des raisons de ce désintérêt. D'abord, un des journalistes m'explique que les dates de ces réunions se tiennent de plus en plus tôt dans le mois. Or, le début du mois est une période de vente intense du journal puisque les journalistes ont un numéro tout frais à proposer au public. Le choix devient donc assez facile pour les journalistes, pour la plupart camelots, parce que c'est à ce moment qu'ils gagnent leur croûte pour tout le mois. Ce journaliste mentionne aussi que les dates de tombée sont aussi de plus en plus tôt dans le mois, posant le même problème ; les journalistes vendent et ont peu de temps à consacrer à l'écriture à cette période. Par ailleurs, une journaliste admet ne pas aimer les rencontres en groupe et de toute façon elle doute que son opinion y soit vraiment prise en compte. Par ailleurs, Jean

avoue que les réunions manquent parfois d'organisation, elles gagneraient à être annoncées plus à l'avance et parfois elles n'ont carrément pas lieu à cause de la surcharge de travail de la rédaction.

Cette situation représente assez bien les défis auxquels fait face le journal. La communication entre la rédaction et les journalistes est loin d'être aisée. Il ne faut pas nier l'existence d'un certain choc culturel entre des personnes provenant d'univers souvent éloignés comme l'explique Guy :

> La problématique c'est qu'ils [la rédaction] ont de la misère avec nous autres en haut. Ils ont de la misère avec nous. Ils n'ont pas le cognitif pour travailler avec des gens comme nous, le caractère qu'on a. Des fois, ils nous trouvent grossiers, trop directs mais qu'est-ce que tu veux qu'on fasse on est de même, on est de même. (Guy, op.cit. p. 10)

Jean ressent lui aussi cet écart. Il est parfois bouleversé devant les réalités des uns et des autres et admet que, par moment, il se sent dépassé, mais aussi inadéquat pour répondre à certains besoins qui émergent au fur et à mesure de la collaboration entourant la production du journal. Même si une complicité se développe au fur et à mesure, les journalistes de leur côté, malgré les efforts de la rédaction, se sentent parfois incompris et relégués à un rang inférieur au sein du journal. De plus, au même moment que prennent part ces états d'âme, se jouent aussi les rapports de force inhérents à toute organisation, ce qui n'est pas sans compliquer la donne.

En somme, malgré certaines tentatives, la structure de production du journal n'est pas réellement horizontale. Cela s'explique, entre autres, par la nature du média et les exigences qu'il prescrit. *L'Itinéraire* s'inspire des mensuels de la presse écrite, un modèle classique et hiérarchisé qu'il reproduit un peu malgré lui. Bien sûr, il n'est pas impossible de

démocratiser la production et d'amener de nouvelles façons de faire. Cependant, un des obstacles demeure le manque de ressources humaines et financières. Ce ne sont pas les idées innovatrices ou mêmes révolutionnaires qui font défaut à *L'Itinéraire*, ni du côté de la rédaction, ni du côté des journalistes, mais au bout du compte, la réalité s'impose rapidement: il faut sortir un journal à chaque fin de mois.

Ainsi, bien que la rédaction soit à l'écoute des journalistes, elle opère seule quant à la production, comme l'explique Jean : « pour la production, c'est Annie, Samuel (infographiste professionnel engagé) et moi qui produisons le journal et on ne vient pas de l'itinérance » (Jean, op.cit., p. 17). La rédaction ne valide pas ses décisions auprès des journalistes de la rue et possède donc un pouvoir que les journalistes, eux, n'ont pas. Il est important de garder en tête ce déséquilibre pour bien comprendre la dynamique du journal. Les sans-abri et les sans-emploi y participent principalement par la rédaction de textes à publier, mais la production demeure entre les mains des professionnels.

5.2.3 Les impératifs de la révision : « se faire couper »

Une des responsabilités de la rédaction consiste à gérer et respecter les contraintes spatiales. Comme le journal compte en moyenne une trentaine de pages, l'espace est limité. Pour les journalistes, cette contrainte est la source de bien des déceptions. Elle se traduit concrètement par le fait de « se faire couper », thème récurrent dans les données. Il s'agit d'un élément irritant pour les journalistes d'autant plus lorsqu'il dilue ou altère le sens des propos. Certains le conçoivent même comme une atteinte à leur travail.

> C'est sûr que j'ai pas aimé mon deuxième article parce qu'ils ont tout coupée mon introduction. J'avais fait une super belle intro pis ils l'ont coupé. J'étais déçu un peu. J'aurais aimé ça qu'on garde au

> moins une partie, qu'on conserve, qu'on condense au moins l'intro. (Nicolas, op.cit., p. 6)
>
> Un texte ça se raccourcit mais il y a des bouts tu ne peux te permettre d'enlever parce que ça défait tout le restant mais bon je m'arrange. (Nadine, op.cit., p. 11)
>
> Il y a eu ben des chicanes par rapport à ça, du coupage de texte, les mots remplacés par d'autres mots. Je disais non, tu enlèves tout le sens de la phrase. Je me suis battu pas mal avec ça. Ben souvent aussi c'est les correcteurs qui défont un peu nos textes. (Guy, op.cit., p. 5)
>
> T'sais des fois je peux t'écrire ça pis j'en retrouve ça. Tu manques plusieurs choses importantes dans le milieu pis à travers. Tu lis ça mais... pourquoi ça c'est écrit ?!? C'est parce que t'as pas lu avant, parce que c'est pus là. (Nadine, op.cit., p. 10)

Lors de la révision des articles, une manœuvre courante exercée par la rédaction consiste à condenser les articles, donc à les raccourcir, à en enlever des passages. Comme on le constate, cette pratique provoque contrariété et confusion chez les journalistes en plus d'être une source de tension entre les journalistes et la rédaction. En fait, c'est la parole des journalistes qui se trouve amputée par cette pratique. Les articles perdent ainsi de leur authenticité et s'atrophient souvent, aussi, en sens comme le font remarquer les journalistes. À certains moments, les journalistes peuvent se sentir étrangers à leur propre article, par le fait même aliénés par une place, une voix qu'on leur attribue a priori, mais dont ils ne sont plus certains qu'elle leur soit concédée.

L'Itinéraire annonce chaque mois qu'il est produit en majorité par des personnes dans le besoin. Les journalistes ne manquent pas de rappeler cet objectif à la rédaction lorsqu'elle semble perdre de vue la raison d'être du journal. Ils sont critiques de son contenu et veillent en chiens de garde sur l'objectif de la participation. Après tout, ce journal est supposé être le leur, donc il se doit d'être leur tribune, de défendre leurs intérêts et aussi de leur ressembler.

> Moi je le trouve ben bon le journal *L'Itinéraire* mais je le trouve moins vrai qu'il était, parce que bon... Mais ils [la rédaction] disent « oui mais regarde les mots de camelots qu'on a ». Je m'en calisse des mots de camelots, c'est pas ça. [...] Il y a de moins en moins de vrais articles, pas des mots de camelots, et ils n'encouragent pas les gens. (Guy, op.cit., p. 11)

> Pis ils pourraient accumuler un paquet d'articles parce que c'est toujours la chicane « ah, ben je peux pas ce mois-ci, le mois prochain ». Ils disent qu'il y en a trop d'articles, pis il y a jamais de place. Oui, ben souvent on se fait refuser. (Guy, op.cit., p. 13)

Pour Guy, il semble primordial que le journal réserve un espace pour de véritables articles écrits par les journalistes de la rue. Il distingue deux types de contribution, soit les mots de camelots et les articles[26]. Selon lui, les journalistes ne sont pas de simples accessoires du journal. Dans ce sens, il n'est pas suffisant d'avoir trois ou quatre pages de mots de camelots. Sans l'intégration d'articles des journalistes de la rue, *L'Itinéraire* reproduit avec ses mots de camelot le modèle du courrier du lecteur de la presse traditionnelle, souvent le seul espace dédié aux gens ordinaires dans ces médias. Selon Guy, le journal doit contenir des articles écrits par les journalistes de la rue, sans quoi le journal devient de moins en moins « vrai » et s'éloigne de son but premier, venir en aide aux gens de la rue. La rédaction doit donc tenir compte de cette requête, sans cesse revendiquée dans la pratique quotidienne des journalistes de rue, et à la base même de la mission du journal.

S'il est vrai qu'en plusieurs occasions et pour diverses raisons les textes sont coupés ou corrigés sans l'accord préalable des journalistes, la rédaction ne privilégie pas cette méthode. Elle tente, au contraire, d'établir des pratiques de révision collaboratives avec les journalistes pour qu'ils procèdent eux-mêmes aux améliorations proposées. Cette

[26] Nous incluons à l'intérieur de la catégorie article, les chroniques et les entrevues réalisées par les journalistes de la rue.

collaboration ouvre un espace de dialogue essentiel entre la rédaction et les journalistes. Elle est en quelque sorte le salut du journal même si elle observe des ratés. Bénéfique, elle contribue à amenuiser les tensions, comme nous le verrons plus loin.

La pratique journalistique est donc une opportunité pour les journalistes de revendiquer la place qui leur revient au sein du journal. À leurs yeux, un espace important doit leur être dédié, ce qui accentue leurs frustrations quand ils « se font couper ». Les décisions relatives à l'espace imparti à chacun sont hors de leur contrôle, ce qui ne les empêche pas de réclamer leur place et ainsi d'opérer une forme de pouvoir sur le résultat, et d'en être un élément clé. En ce sens les journalistes jouent un rôle capital, ils veillent à ce que *L'Itinéraire* demeure un journal de rue, un média participatif afin qu'il ne dévie pas vers une professionnalisation croissante, tendance naturelle et séduisante pour la rédaction.

5.2.4 Les impératifs de la révision : « se faire corriger »

Au-delà des considérations quantitatives relatives à l'espace, la révision implique aussi des considérations que l'on peut caractériser de qualitatives. Elles consistent essentiellement à « améliorer » le contenu rédactionnel du journal et à atteindre un standard de qualité du français comme l'explique une des journalistes, « c'est vendu au public, il faut que tu penses à ça. Il faut une qualité quelque part. Le journal est affilié avec l'AMECQ[27], il faut que le français soit correct. C'est reconnu donc ça implique automatiquement la qualité » (Geneviève, entrevue, septembre 2004 p. 3).

[27] Association des médias écrits communautaires du Québec.

Respecter les standards de la langue écrite comporte évidemment pour les journalistes de « se faire corriger ». Concrètement cela se traduit par le remplacement de certains mots par d'autres. En plus de passer par l'équipe de rédaction, les articles sont aussi relus et corrigés par des correcteurs bénévoles comme l'explique Nadine : « Fait que, quand ça passe par deux, trois correcteurs ben tu te ramasses à la fin pis WOW, c'est pus pareil ! Je te dis pas que ça arrive à tous les mois mais ça peut arriver des fois, pis ça accroche » (Nadine, op.cit, p. 10). Les textes passent donc par plusieurs filtres ce qui n'est pas sans conséquence sur le devenir des articles à être publiés dans le journal. Inévitablement, des choses se perdent dans le processus. Le principal danger est d'en arriver à dérober les gens de la rue de leur propre voix.

Comme on le voit, l'étape de la révision, commune à tous les médias de la presse écrite, semble plus délicate dans le cas d'un journal de rue à cause, précisément, de la sensibilité à l'exclusion des personnes impliquées. Elle est une source directe de frustration pour les journalistes qui se sentent bafoués et floués quand on déguise leur parole.

> Les Québécois ça l'air que c'est rare qu'ils vont lire un article au complet. Ici, ils [la rédaction] ont acheté ça ben gros, fait que là ils nous condensent ça pis des fois ça enlève le sens. C'est ce que je trouve le plus dur. Comme mon dernier article que j'ai fait sur les autres cultures, il est très joli, il est ben faite mais si tu verrais l'original c'est une autre affaire. Il a été dénaturé, il est moins raide. Il est trop doux. Il était plus punché, c'est ça, c'est ça. C'est ça qu'on voit, c'est ce qu'on reçoit. C'est la réalité, la vérité. (Guy, op.cit, p. 11)

L'analyse révèle que la structure de production conventionnelle d'un journal, telle qu'elle est pratiquée à *L'Itinéraire,* contrevient en quelque sorte à la participation dans la mesure où elle dénature et travestit nécessairement la parole des gens de la rue. Autrement dit, le journal permet à ces personnes de s'exprimer mais pas toujours dans leurs propres mots. Par

conséquent, le mode de production du journal contribue à perpétuer une forme d'oppression, du moins c'est ainsi qu'il est ressenti. La correction produit des incohérences, des distorsions dans les messages que désirent véhiculer les journalistes. Nadine explique en quoi cette situation est problématique :

> Quand j'écris dans le journal *L'Itinéraire* c'est comme si je t'écrivais une lettre, je te parle à toi. C'est pas d'élaborer sur des grands thèmes avec des mots gros de même, c'est vrai! Souvent les gens quand je me fais corriger, en particulier, ça me fait sourire de te le dire, bon je lui en ai déjà parlé alors je suis pas gênée de te le dire. « Jean, quand tu corriges mes textes les gens s'en aperçoivent, plusieurs viennent me voir parce que moi je parle comme je parle mais, toi c'est pas de ta faute si t'es un français de France, comprends-tu mais, t'a des expressions que moi j'utilise pas jamais dans ma bouche ». Quand les gens me lisent, ils me disent c'est pas toi qui a écris ça, c'est trop français pour ce que soit toi [rires]. (Nadine, op.cit., p. 9)
>
> Ça me dérange des fois les corrections parce que j'aime l'originalité, j'aime que les textes soient publiés intégralement, qu'ils soient tels que dit, tel quel pour pas que les gens viennent me voir après et me disent « t'sais Nadine, qu'est-ce qui se passe ? On te reconnaît plus » (Nadine, op.cit., p. 10)
>
> On a chacun nos couleurs et c'est ça qui est intéressant. Moi, je prends mon cas personnel. Souvent j'ai trouvé des textes qui étaient vraiment intégral et original, t'sais dans son ensemble. Je me lis, c'est moi. Mais il y en a d'autres, quelques fois que je lis mais je ne me reconnais pas. C'est comme si ça porte à confusion entre ce que je dis et ce qui est écrit parce que ce n'est pas le même message, tu comprends-tu? C'est juste ça que j'ai de la misère. (Nadine, op.cit., p. 10).

« Ne pas se reconnaître » ou « ne plus comprendre ce qu'on a écrit » n'est évidemment pas souhaitable. La voix du journaliste désormais normalisée et transformée perd de sa portée et prive ainsi ce dernier de « sa » parole et du pouvoir qui en découle, celui de se faire entendre, de se définir lui-même, d'exister tel qu'il est. Dépouiller le journaliste de ses propres mots, de ses couleurs, de sa singularité au profit des standards de qualité consiste en effet à une subtile oppression. Cette pratique est perçue par moments comme une injustice, mais si elle est

aussi comprise comme un mal nécessaire. Encore une fois, la personne se sent subordonnée, on lui rappelle que les autres sont bien plus compétents qu'elle pour révéler sa réalité. Bien qu'un certain niveau de qualité doive être atteint, elle ne devrait pas se réaliser au détriment de la participation, au point où la voix des journalistes est uniformisée diluant toute sa pertinence et sa force. Il s'agit là d'un équilibre difficile à atteindre.

5.2.5 La collaboration au cœur de l'émancipation

Le défi majeur est donc le suivant : la voix des gens de la rue ne résonne pas nécessairement avec un français standardisé ou avec la qualité journalistique; comment alors réconcilier l'authenticité de la parole des gens de la rue et les standards de qualité d'un média écrit ? Ces deux éléments, toujours reliés à la tension participation-qualité, semblent parfois incompatibles. Pourtant, le journal essaie tant bien que mal d'allier les deux, ce qui n'est pas sans exiger des efforts de part et d'autre.

D'un côté, la rédaction doit faire preuve d'audace et oser donner au journal sa couleur particulière. Elle y parvient non pas en dérogeant au standard de qualité, mais, en de rares occasions, à certaines normes du français écrit. Par exemple, le titre d'une chronique cinématographique portant sur le film *La passion du Christ*, se lit comme suit, « Le Christ en mange une crisse » (Journal *L'Itinéraire*, vol.11, no4, avril 2004, p. 7), puis la une du mois de février 2005 est titrée ainsi « Mon pusher, c'est le pharmacien » (*L'Itinéraire*, vol.12, no2, février 2005). Il est à noter que ces deux articles sont écrits par des journalistes de la rue. Ce genre de vocabulaire se retrouve rarement dans les autres médias écrits pourtant il trouve sa

place dans *L'Itinéraire*[28]. D'un autre côté, les journalistes de la rue doivent accepter de jouer le jeu, ils travaillent à l'intérieur d'un cadre donné, le journal. Cela exige qu'ils observent et respectent certaines règles propres à ce cadre, afin que le journal demeure attrayant pour le lectorat. Cela fait aussi partie de l'apprentissage journalistique qu'ils acquièrent en participant à un projet médiatique.

Les uns et les autres doivent démontrer souplesse et ouverture d'esprit pour pouvoir parvenir à travailler ensemble et mettre en œuvre le journal. Le processus de révision dans son ensemble est fort complexe, tant pour la rédaction que pour les journalistes, qu'il s'agisse des coupures ou des corrections et des divers enjeux entourant ces pratiques. Il révèle certains des paradoxes présents au sein des journaux de rue avec lesquels évolue *L'Itinéraire*.

À première vue, l'examen du processus de révision semble mettre en lumière les forces en présence, essentiellement deux groupes d'acteurs et de valeurs, et ce qui les opposent. Pourtant, la force créatrice du journal est au cœur même de cet antagonisme. Le processus de révision est problématique en ce qu'il pose des défis constants à nos deux groupes d'acteurs, néanmoins c'est grâce à lui que se génère et se régénère le journal que l'on connaît ; moteur des tensions, il est à la fois le mécanisme par lequel ces tensions se gèrent. Cette rivalité entre rédaction et journalistes constitue en fait la plus grande force du journal, elle est inévitable, naturelle et saine. Néanmoins, les tensions qu'elle engendre doivent être canalisées, et elles le sont en partie à travers les pratiques collaboratives mises en œuvre au sein du processus de révision.

---

[28] D'ailleurs *L'Itinéraire* a remporté plusieurs prix de l'Association des médias communautaires écrits du Québec (AMECQ) et le prix spécial de l'Office de la langue française en 2001.

> Avec Jean, on peut s'asseoir pis négocier. Il commence toujours par le positif, déjà là il aime mon style. Tout ce qui fait dans le fond c'est qui me dit de rendre ça plus concis, cerner ce qui est plus important. J'aime le fait que présentement avec Jean, on a une bonne collaboration et qu'ils [la rédaction] sont quand même ouverts d'esprit. Je peux publier un mot de camelot régulièrement et écrire des poèmes. Ça fait connaître mes poèmes, je suis content qu'ils apprécient mon style, c'est toujours le fun de se faire apprécier. On peut me couper, on peut négocier oui, je sais que je peux le faire avec Jean, ça va bien. (Nicolas, op.cit., p. 10)

> Pour les corrections je vais travailler avec Jean ou Annie, mais c'est moi qui donne le dernier mot. Il y a des articles quand j'ai pris la peine de bien le faire, c'est juste des petites corrections minimes ou replacer une phrase ailleurs. Des petites choses comme ça. Des fois c'est corriger mes fautes d'orthographe qui est le gros problème que j'ai. Mais en général c'est moi qui a le dernier mot. D'autres articles que des fois, c'est moi qui ai pas bien fait la job, il y a trop de choses à corriger pis à la fin j'ai l'impression que c'est plus mon article. (Elsa, op.cit., p. 10)

Certes, la structure tend à imposer et à perpétuer une oppression que *L'Itinéraire* souhaite pourtant dépasser; bien réelle au journal, elle est d'ailleurs à la base des insatisfactions nommées par les journalistes. Devant ce paradoxe, l'analyse ne peut se passer de nuances, rien n'est complètement noir ou complètement blanc à *L'Itinéraire*. Les idéaux et la réalité, à divers moments, se rencontrent, s'opposent et se confondent. Le journal se veut un projet émancipateur pour les gens de la rue. En ce sens, le processus de révision vise à être respectueux des journalistes. Même s'il n'y a pas de protocole officiel, l'objectif de l'équipe actuelle est d'effectuer les corrections en collaboration avec les journalistes.

> C'est toujours un peu l'idée que la personne s'approprie même mes corrections et que ça devienne ses corrections à elle. Enfin, c'est dans un monde idéal. (Jean, op.cit., p. 11)

Dans les faits, ce ne sont pas tous les journalistes qui souhaitent participer au processus de révision. Une fois leurs textes soumis, certains journalistes ne souhaitent pas y retravailler alors que d'autres sont prêts à mettre le temps et les efforts supplémentaires,

donc chaque collaboration est différente et unique. Le type de collaboration entre la rédaction et les journalistes varie énormément, la structure de travail doit être ajustable pour répondre aux besoins et aux désirs de chacun.

> Tu sais c'est très compliqué en même temps tout ça mais on a le temps de corriger en général parce qu'on corrige ensemble. Guy, je lui dit « écoute il y a ça », hop il repart avec les corrections. Il revient avec ça, une autre version. Mais, souvent aussi ça prend du temps pour eux, c'est de la job. Ils me disent, « je te fais confiance Jean vas-y ». Ça les fait chier aussi, ils ont déjà donné beaucoup d'énergies donc, moi ça m'en pompe de l'énergie mais eux aussi. Des fois, ils disent « ouh la la, c'est décourageant ». Mais il y aucune correction qui n'est pas argumentée. Il n'y a aucune proposition qui n'est pas argumentée parce que c'est des propositions mais aussi des corrections. Des fois il y a des choses je leur dis pourquoi selon moi ça va pas. (Jean, op.cit., p. 12)

L'objectif de la collaboration, toujours présent, n'est pas atteint à tout coup. Parfois le manque de communication ou de temps, de part et d'autre, attise déceptions et frustrations mais d'autres facteurs entrent en ligne de compte. Comme nous l'avons vu précédemment, l'ingérence dans les articles est souvent perçue comme une injustice aux yeux des journalistes, pourtant ils conçoivent aussi qu'elle puisse simplement relever de la nature du média et de ses contraintes inhérentes plutôt que d'une tactique d'oppression volontaire de la part de la rédaction.

> Les textes sont courts, il faut condenser ses idées. Il faut laisser de la place pour les autres questions d'espace. (Geneviève, op.cit., p. 7)

> Je me sens pas exploité mais c'est sûr il y a du *give and take*, ils [la rédaction] peuvent pas dire : « je te donne une page, fait ce que tu veux, écris ce que tu veux », t'as un encadrement pis je trouve ça normal, ça m'aide et puis même ça me stimule à un moment donné. (Paul, op.cit., p. 11)

Une chose est sûre la rédaction doit tenter de répartir équitablement l'espace disponible et être intègre face aux journalistes de la rue. Elle a d'ailleurs déjà publié quelques numéros plus

volumineux dans l'espoir de vaincre le problème d'espace mais elle a fait marche arrière devant le coût faramineux du papier impossible à assumer.

Sans les pratiques de révision collaboratives, la qualité et la participation sont condamnées à demeurer en opposition. C'est dans ce mouvement dialogique que la tension se réconcilie et qu'elle prend aussi tout son sens. La collaboration amenuise les frustrations, laisse place à la négociation, comble le manque de communication et surtout ouvre le dialogue. Elle est le mécanisme par lequel se gère la tension entre qualité et participation au sein du journal, une tentative de réconcilier les standards d'un média écrit parfois en contradiction avec l'idée d'un journal de rue comme l'explique Jean, « nous aussi on essaie d'aller vers de la qualité qui est pas compatible avec ce que les camelots peuvent produire » (Jean, op.cit., p. 3).

Afin de contrer la tendance à la professionnalisation du journal, mettant en péril la participation des gens de la rue, la rédaction doit maintenir les pratiques collaboratives au centre de ses activités, développer une conscience de ses propres biais et ambitions et tenter de les dépasser. La rédaction est consciente que cette responsabilité lui revient, et elle se doit d'encourager cette collaboration tant que faire se peut.

> Souvent, des fois je leur laisse des mots qu'avant je ne laissais pas passer que je trouvais ça… Il y en a certains que je laisse de plus en plus où il y a une façon d'intégrer. Ça je suis pas mécontent pis j'ai toujours fait attention même si ça se réalisait pas. (Jean, op.cit., p. 4)

Jean met sa collaboration avec les journalistes en tête de liste, mais comme il l'explique, l'équipe est réduite. Il dispose d'un temps limité pour accomplir une multitude de tâches.

> Je pense que j'arrive à être à l'écoute. Je suis disponible aussi au maximum. J'arrête, je suis en train de faire quelque chose, ils arrivent, j'arrête tout et je me mets disponible pour eux. Je me fais engueuler, on est tellement pris à faire plein de trucs qui sortent de... Des fois je passe trop de temps soi-disant avec des personnes. Parce que *L'Itinéraire*, il faut aussi qu'on aide, c'est normal des fois il faut rédiger un document pour aller chercher une subvention. On est une petite équipe pis c'est la survie du groupe qui en dépend. (Jean, op.cit., p. 4)

Comme dans à peu près tous les médias alternatifs, le manque de ressources est criant à *L'Itinéraire*. Cet étranglement contribue souvent à limiter le potentiel émancipateur de ces médias aux prises avec des difficultés qui les divertissent de leur but premier. Il n'en demeure pas moins que les efforts déployés par Jean pour se rendre disponible sont reconnus et appréciés par les journalistes malgré les ratés occasionnels.

> C'est officiel que Jean fait son possible. Il essaie de garder mon texte intact mais après ça va au rédacteur en chef, après ça passe par les correcteurs aussi, tout le kit pis c'est là que ça fucke tout. Je suis ben ben confiant que Jean essaie de faire son possible pis aussi il a deux boss, les correcteurs aussi [...]. (Guy, op. cit., p. 12)

> Jean d'abord il est plus jeune que moi mais il fonctionne bien plus que moi, il est bien plus au courant de qu'est-ce que c'est que de travailler dans un journal comme ça. C'est comme mon guide à quelque part, il me laisse la liberté dans les mots du camelot, ça j'aime ça si j'avais pas ça je serais malheureux à *L'Itinéraire*. [...] c'est un jeune homme sympathique, tu comprends. Il est fin ce gars-là. (Paul, op.cit., p. 11)

À travers le processus de révision, les journalistes font preuve d'une méfiance et d'une vigilance nécessaires car ils sont les seuls à vraiment pouvoir revendiquer leur place au journal. Ils obligent ainsi la rédaction à maintenir le cap de la participation. Ils défendent et renégocient avec acharnement cet objectif principalement à travers leur pratique journalistique au quotidien. De son coté, la rédaction semble tendre naturellement vers l'objectif de la qualité, voire même la professionnalisation de *L'Itinéraire*, même si la

participation demeure une de ses priorités. Elle assure la qualité et la cohérence du journal. Ces deux visions s'affrontent mais se nourrissent autant l'une et l'autre, créant une tension génératrice qui sert autant les journalistes que la rédaction, elle donne un journal de rue particulièrement intéressant et aimé des lecteurs. Les premiers revendiquent la participation mais exigent aussi la qualité afin de mousser leurs ventes et leur crédibilité, les seconds, même s'ils visent la qualité, dépendent de la participation sans laquelle leur travail perd toute sa légitimité.

5.2.6 Le public : dialogue entre la marge et la norme

Ainsi, le processus de révision participe à établir ce dialogue avec le public. Il agit comme un dispositif de traduction entre la norme et la marge. Les journalistes bien que frustrés par certains de ces aspects y gagnent. Écrire dans le journal est une opportunité de communiquer avec l'autre mais, pour que cette communication soit efficace et qu'elle produise un certain effet sur le public, les journalistes doivent parler un langage commun, un langage que le public comprend. Par conséquent, les journalistes doivent se soumettre non seulement au format journalistique, mais aussi il leur faut toujours garder en tête le lecteur auquel ils s'adressent. Le dialogue entre la rédaction et les journalistes rendu possible grâce à la collaboration améliore grandement la communication potentielle des journalistes de la rue avec le public.

Participer au journal est donc une opportunité d'apprentissage pour les journalistes, mais plus encore il s'agit d'une opportunité de se dévoiler, de se définir et de se représenter soi-même vis-à-vis du public. La mise en commun des savoirs et des expériences réunis dans la collaboration contribue à traduire les réalités de ces personnes afin qu'elles soient

entendues et reçues. Elle permet aux journalistes et camelots de s'afficher autrement par l'entremise du journal tout comme dans la rue grâce au mouvement dialogique avec le public, comme l'exprime Gabriel dans les pages du journal :

> Les vraies raisons de notre attachement au groupe depuis quelques années sont plus profondes que ça! Nous aimons le contact avec les gens, par le biais du journal, nous aimons échanger et tâter le pouls de nos clients. Pour moi, c'est important d'être sur le terrain et de côtoyer les gens par le biais du journal. Surtout, ça nous permet de sortir de notre isolement et de notre quotidien de marginaux. Sans *L'Itinéraire*, nous serions peut-être en prison ou dans une maison de fous ou encore très malades ou peut-être morts, qui sait ? (Journal *L'Itinéraire*, vol.118, no5, juin 2004, p. 8)

La relation parfois difficile entre journalistes et rédaction est vécue par moment comme un mal nécessaire pour les uns et les autres. Toutefois, elle est aussi vécue comme une opportunité de dialogue et d'apprentissage enrichissante pour les deux partis. Le journal *L'Itinéraire* émane de cette relation d'interdépendance où l'effort de chacun participe à la réussite et à l'évolution du projet. En ce sens, les journalistes jouent un rôle tout aussi capital que la rédaction même si leur statut n'est pas toujours ressenti ou présenté comme tel au sein de l'organisation. D'ailleurs, bien que j'aie peu traité du travail des camelots, il s'agit d'une activité absolument essentielle; sans eux, le journal n'atteindrait pas son public. Le processus de révision vécu par moment comme une contrariété, une injustice par les journalistes contribue pourtant à améliorer la qualité d'un journal que les Montréalais estiment et aiment, pour le bénéfice de tous.

Finalement, de cette collaboration résulte un journal dont la rédaction mais aussi les journalistes peuvent être fiers. Les lecteurs démontrent leur appréciation de diverses façons, que ce soit en achetant le journal, en discutant avec les camelots ou en écrivant des courriels d'appréciation et d'encouragement. Cette dynamique positive contribue directement à

améliorer l'image que les journalistes ont d'eux-mêmes. En fait, il semble que ce soit l'ensemble de l'expérience au journal qui participe au processus d'autonomisation comme le décrit Maxime:

> Aujourd'hui, cela fait neuf ans que je suis à *L'Itinéraire*. Cela m'a permis de me raccrocher à quelque chose, car avant, j'avais quand même décroché du système. Révolté, je vivais sans me soucier des autres, tout seul dans mon camion. Par rapport à cette époque, je ne me reconnais plus parfois. Je suis un bon citoyen à c't'heure! Je n'y serais jamais arrivé sans beaucoup de volonté. *L'Itinéraire* a été pour moi comme une petite école de vie. Que ce soit en ce qui concerne la vente, les articles ou les rencontres, j'ai appris beaucoup ici. (Journal *L'Itinéraire*, vol.118, no5, juin 2004, p. 30)

Dans le dernier chapitre, je ferai un retour sur certains des éléments mobilisés dans le chapitre théorique, dans le but d'expliquer quelques-uns des liens possibles entre le présent travail empirique et le dialogue en cours sur ces questions.

CHAPITRE 6 : EN GUISE DE CONCLUSION

6.1 La participation médiatique comme processus d'émancipation

Au sortir de cet exercice, que peut-on retenir sur les médias alternatifs et sur ses artisans ? Ce mémoire, à travers une démarche de recherche empirique et exploratoire, découle d'un postulat initial selon lequel les pratiques médiatiques des citoyens ordinaires, soit les non-professionnels des médias, sont au cœur d'un processus d'émancipation. Il ne s'agissait pas tant pour moi d'aller vérifier ce postulat, comme on le ferait avec une hypothèse, mais plutôt d'explorer avec plus d'acuité cette idée, de laisser cette piste guider la recherche. Cette stratégie m'a bien servie puisqu'elle m'a permis d'être à l'écoute du terrain et des données afin d'entrevoir la parole médiatique et l'émancipation sous différents angles. Or, l'analyse révèle clairement la présence d'un phénomène d'émancipation associé au fait de participer à un média alternatif.

Bien que ce processus soit complexe et revête plusieurs dimensions, mon travail en exemplifie certains mécanismes grâce aux deux pôles de l'analyse, soit la redéfinition positive du marqueur identitaire de la marginalité et l'atteinte d'un équilibre à *L'Itinéraire* entre la qualité du journal et la participation citoyenne. Ces deux éléments participent concrètement au processus émancipatoire et sont par le fait même intimement liés l'un à l'autre, comme nous le verrons à présent.

La marginalité se conçoit d'abord comme un élément unificateur puisque toutes les personnes impliquées dans le journal, du moins les non-professionnels, sont marginalisées sous une forme ou une autre. Or, la société tend à porter un regard sévère sur la différence,

particulièrement lorsqu'il s'agit de statut social et économique des personnes, et parvient difficilement à gérer ou à intégrer cette différence en son sein. En conséquence, la différence est associée à une marginalité aux stigmates écrasants pour les personnes qui s'en ressentent et s'accompagne inévitablement de plusieurs phénomènes d'exclusion. Mais, comme nous l'explique Fraser (1992) et McClure (1992), le pouvoir hégémonique tente de faire oublier que les marqueurs identitaires n'ont pas d'essences propres. Au contraire, ces derniers relèvent précisément de constructions sociales tissées habilement par ce même pouvoir hégémonique, en tant qu'instruments de domination. La marginalité, telle que subie dans un premier temps par les journalistes de la rue et les camelots, est définie par les groupes dominants, plus forts parce que majoritaires et omnipotents dans toutes les sphères sociales.

Ceux qui se réclament de la norme ont, en général, le monopole sur le construit social qu'est la marginalité. *L'Itinéraire* participe en quelque sorte à ébranler le monopole de cette élite. Les journalistes de la rue, des marginaux eux-mêmes, habituellement condamnés au silence dans les médias et l'espace public, imaginent autrement la marginalité et redessinent ses contours. En s'appropriant l'espace médiatique qu'est *L'Itinéraire*, ils revendiquent cette catégorie et la redéfinissent selon leurs propres termes. La marginalité dès lors se constitue comme un marqueur identitaire positif associé à un choix éclairé de la part de ces personnes d'évoluer en marge d'une société bornée et injuste à laquelle ils refusent consciemment de s'associer. Leur exclusion de cette société bien que subie dans un premier temps, devient aussi choisie grâce à ce qu'ils expriment dans les pages du journal. Non plus attribuée à l'incapacité d'agir en tant que citoyen responsable et productif, la marginalité est associée à un mode de vie où l'ouverture à l'autre, la liberté, la différence et les êtres humains sont au premier plan.

Ce premier mouvement d'appropriation du média, où les journalistes de la rue se réclament d'une parole et s'en servent pour revendiquer, constitue un geste politique en soi comme l'explique Rodriguez (2001) « [...] every attempt on the part of a nonhegemonic group to contest legitimate discourses and to redefine its identity in its own terms should be interpreted as a political action» (p. 150). Ce caractère politique souvent attribué aux médias alternatifs est parfois plus difficile à saisir à *L'Itinéraire* puisque les journalistes de la rue n'agissent pas nécessairement de concert selon une stratégie commune, comme c'est le cas pour certains médias de ce type. Simplement, le fait d'être là, de choisir de participer au journal et de prendre la parole se conjugue néanmoins en un effort commun pour combattre les préjugés et la discrimination. Le résultat même s'il n'est pas obligatoirement planifié et réfléchi en tant que stratégie politique n'en est pas moins un défi face aux structures et aux codes hégémoniques des médias de masse et de l'espace public dominant.

Toutefois, le fait d'avoir un espace public, et médiatique dans le cas présent, où les groupes marginalisés ont la possibilité de redéfinir selon leurs propres termes des identités, enjeux et discours n'est que l'amorce du mouvement d'émancipation auquel nous assistons. Ce mouvement se réalise pleinement dans ce qui a constitué le deuxième axe analytique du mémoire, c'est-à-dire l'équilibre entre la qualité du média et la participation citoyenne puisque c'est grâce à l'atteinte de cet équilibre que *L'Itinéraire* parvient à entretenir un dialogue avec un public élargi. Non seulement les journalistes de la rue prennent-ils la parole mais cette parole est entendue. La théorie des contre-publics mobilisée précédemment explique la dialectique nécessaire pour ces derniers, soit d'abord le repli sur eux-mêmes pour ensuite rediriger leurs discours vers d'autres publics. *L'Itinéraire* accomplit cet objectif avec succès, alors que c'est une des principales difficultés auxquelles font face la majorité des

médias alternatifs, souvent confinés à prêcher auprès d'un public converti et souvent restreint.

Vous l'aurez compris, le plein potentiel émancipatoire du journal se matérialise dans sa capacité de rejoindre un auditoire, - rappelons que *L'Itinéraire* est tiré en moyenne à 15 000 exemplaires par mois. Sans lecteurs, le processus émancipatoire du journal est amputé puisque c'est dans la possibilité de communiquer avec l'autre, d'entrer en relation avec lui, de se faire entendre que se concrétisent les différentes formes de pouvoir à l'œuvre au journal. Sans auditoire, nous assisterions à un exercice enrichissant mais uniquement pédagogique pour les journalistes. *L'Itinéraire* sert d'interface entre deux mondes, la marge versus la norme, qui ne se rencontrent pas facilement autrement. Il amenuise en quelque sorte le clash entre des univers souvent isolés l'un de l'autre; il parvient même à les réunir lorsque le dialogue entre eux s'actualise, lorsqu'un lecteur achète le journal et le lit.

Afin de poursuivre l'analyse il serait intéressant de mieux comprendre la relation qu'entretient le public avec le journal et ainsi approfondir les connaissances sur le lectorat de *L'Itinéraire* car il s'agit là d'une des principales limites de mon travail. Bien qu'un sondage commandé par *L'Itinéraire* réalisé en février 2004 par le groupe Helyum[29] existe, ces données demeurent insuffisantes. Toutefois, ce sondage estime que plus de 50 000 personnes feuillettent le journal chaque mois même si tous ne le lisent pas dans son entièreté. Plus de la majorité des lecteurs dit l'acheter pour la cause, le tiers l'achète pour la cause mais aussi pour la qualité du contenu et finalement une minorité l'achète uniquement pour l'intérêt qu'offre

[29] Le groupe Helyum est affilié à l'école des Hautes études commerciales de l'Université de Montréal. Le sondage a été réalisé auprès de 160 lecteurs de *L'Itinéraire* qui venaient d'acquérir le journal sur la rue ou qui étaient abonnés.

le contenu sans considération pour la cause. Il m'apparaît hasardeux d'extrapoler davantage l'interprétation de ce sondage même s'il révèle tout de même des informations intéressantes sur le lectorat.

À ce sujet, les journalistes interviewés dans le cadre de cette étude disent en général avoir un contact chaleureux et riche avec les lecteurs. Les mauvaises expériences vécues dans la rue en tant que camelots se produisent avec des personnes qui n'achètent pas le journal. Plusieurs des journalistes interviewés croient que les gens achètent le journal de plus en plus pour le contenu. Cette impression entraîne des sentiments positifs chez les camelots puisqu'ils ressentent moins l'achat du journal comme un geste de charité de la part des clients mais plutôt comme un réel échange dans l'intérêt des deux partis.

Une chose est certaine, le public est un acteur crucial au sein du journal sur lequel il vaudrait la peine de s'attarder davantage car, même s'il est virtuel au moment de la production, il habite et guide constamment la conscience de ceux qui participent au journal.

6.2 Émancipation, marginalité et citoyenneté

Dès les premiers balbutiements de la recherche, je me suis intéressée à la question de la citoyenneté. Sans toujours savoir dans quel but, ni pourquoi, ce concept s'est imposé tout au long de mon travail, et imprègne d'ailleurs les pages du mémoire. Intuitivement, il me semblait que quelque chose d'important se produisait autour de cet enjeu. C'est pourquoi je choisis de clore ce mémoire en partageant quelques-unes des réflexions qu'il a éveillées quant à la citoyenneté au fil de mes lectures et de mon passage sur le terrain.

Tel que présenté au tout début du mémoire, l'environnement politique et médiatique actuel conçoit le citoyen comme un électeur, un client, un acteur somme toute passif et docile qu'il faut convaincre d'une chose ou d'une autre. Les travaux de Gaffaney (2000) sur l'idéologie de la Nouvelle Droite étoffent cette thèse. En effet, selon lui, cette tangente libérale crée un précédent dans la théorie politique en proposant une liberté négative, synonyme d'indépendance économique vis-à-vis de l'État.

> By placing the grounds for freedom within the private labour market, the New Right effectively limits the possibilities that women and the nonworking poor can be considered completely free. Consequently, this limits the possibilities that these individuals might realize the full expression of citizenship. (Gaffaney, 2000, p. 135)

Cette conception de la citoyenneté, par ailleurs dominante, amenuise la capacité de certaines personnes à revendiquer le statut de citoyen car elle mesure la liberté selon la capacité d'être suffisant et prospère. Ainsi, les personnes défavorisées économiquement, entre autres les chômeurs, les assistés sociaux, les personnes invalides, souffrant de maladie mentale ou physique grave, les retraités, les prisonniers, les itinérants, etc., sont considérées comme faisant partie d'une sous-classe de la société. Basé sur des castes économiques, ce système propose l'exclusion systématique au rang de citoyen de certains individus et certains groupes.

Cette perspective de la citoyenneté valorise l'aspect juridique et le respect des droits des personnes possédant ce statut.

> Ainsi cette conception minimise l'importance d'une activité proprement civique, et conçoit que l'activité du citoyen sera centrée sur la sphère économique ainsi que sur la réussite de la sphère privée. Fort de ses droits que lui garantit l'État, le citoyen libéral centre ses activités sur la recherche du succès économique ainsi que sur la réussite de sa vie privée. Il ne participe que médiocrement à la vie civique, préférant déléguer les responsabilité de cet ordre à des experts. (Weinstock, 2000, p. 18)

Le citoyen libéral se reconnaît d'abord en tant qu'individu. Il participe à la collectivité principalement à travers son pouvoir économique, comme consommateur, et par le paiement de ses impôts, comme contribuable.

En dehors du cadre de référence purement libéral, la citoyenneté peut être envisagée autrement. Car pour ceux qui refusent de croire que la démocratie prend pour unique forme le modèle libéral et capitaliste à l'intérieur duquel elle se déploie actuellement, la radicalisation de la tradition moderne de la démocratie est une alternative plausible :

> This can be achieved through an immanent critique, by employing symbolic resources of that very tradition. Indeed, once we acknowledge that what constitutes modern democracy is the assertion that all human beings are free and equal, it becomes clear that it is not possible to find more radical principles for organizing society. The problem therefore is not the ideals of modern democracy, but the fact that its political principles are a long way from being implemented, even in those societies that claim to them. (Mouffe, 1992, p. 1)

La démocratie radicale propose une citoyenneté renouvelée et fort intéressante pour aborder les pratiques médiatiques des gens ordinaires comme des manifestations de la citoyenneté revendiquée à l'intérieur du modèle de la démocratie radicale (Rodriguez, 2001).

À ce chapitre, Mouffe (1992) veut affranchir le modèle politique libéral de ses prémisses individualiste, rationaliste et instrumentaliste afin de reformuler une vision réellement pluraliste et égalitaire du modèle pour l'inclusion du plus grand nombre. Pour ce faire, elle entend revitaliser la conception républicaine de la citoyenneté davantage axée sur la participation active du citoyen dans la gestion des affaires publiques. Selon sa vision, un citoyen radical et démocratique est un citoyen actif, quelqu'un qui agit en tant que citoyen, qui se considère avant tout comme faisant partie d'un projet collectif et non individualiste.

Mouffe (1992) reconnaît la critique féministe de la citoyenneté qui perçoit ce concept comme étant essentiellement construit selon des critères masculins et somme toute paternalistes. Ainsi, la conception hégémonique de la citoyenneté est biaisée car elle s'est construite en marge des valeurs proprement féminines[30], telles que l'amour, le partage, la solidarité, la reconnaissance de l'autre et de ses besoins. Il s'agit d'outrepasser la frontière opaque de la sphère privée où sont constamment reléguées ces valeurs féminines afin de les introduire dans la sphère publique pour qu'elles participent ainsi à une redéfinition de la citoyenneté.

Pour Mouffe (1992), bien que la citoyenneté ait été étroitement développée sous l'influence du genre masculin, la solution ne réside pas dans l'élaboration d'une citoyenneté empreinte de valeurs féminines mais plutôt dans une citoyenneté qui se détache des questions de genre. Elle ne doit pas être tributaire ou exclusive à l'appartenance religieuse, ethnique ou sociale pas plus que déterminée selon le sexe. La citoyenneté doit répondre à un large éventail de demandes sociales et se définir à travers l'action. La question des identités demeure délicate. Les catégories identitaires sont trompeuses car les identités sont par définition éphémères, fragiles, mouvantes. En constantes négociations, elles échappent à toute tentative d'en saisir l'essence.

Pour appréhender cette vision pluraliste, Mouffe (1992) propose une approche intégrative de la critique post-moderne :

> Indeed, pluralism can only be formulated adequately within a problematic that conceives of the social agent not as a unitary subject but as the articulation of an ensemble of subject positions, constructed within specific discourses and always precariously and

[30] Dans la lignée du modèle bourgeois.

> temporarily sutured at the intersection of those subject positions. (p. 10)

Le sujet politique ne possède pas d'identité a priori, il constitue son identité à travers des actes d'identification qui changent constamment son rapport à lui-même et aux autres, tel que nous avons pu le constater dans l'analyse de ce mémoire. L'identité du sujet se construit à travers un mouvement perpétuel, elle n'est jamais définitive ou unique.

Selon cette perspective, la démocratie constitue un cadre d'action et de conversation constamment sous tension. Afin d'exercer une démocratie radicale et pluraliste, le plus grand nombre de groupes et d'individus, donc de citoyens, doivent participer à la conversation et aux négociations des principes démocratiques d'égalité et de liberté. Il s'agit dès lors de confronter la conception hégémonique de la citoyenneté à de nouvelles interprétations, tel que le font les journalistes de la rue à leur façon. La démocratie radicale consiste à mettre en présence les différentes réalités sociales et les identités diverses, elle est le cadre de la conversation entre une foule d'éléments qui forgent la société. Autrement dit, la démocratie radicale ne cherche pas à imposer des réponses au monde social mais vise plutôt la prolifération des interlocuteurs et des débats. C'est à l'intérieur d'une saine tension entre la multiplicité des logiques et des demandes sociales qui sont au cœur de la démocratie que s'accomplit une démocratie toujours en reconstruction : « This is why radical democracy also means the radical impossibility of a fully achieved democracy » (Mouffe, 1992, p. 14).

McClure (1992) nous donne un bon coup de pouce dans ce sens en libérant l'activité politique, et par le fait même la citoyenneté, de sa dialectique classique avec l'État. Elle ouvre ainsi la voie à une politique multiforme et multidirectionnelle se déployant dans différents

domaines de la vie quotidienne. Cette politique, non plus dirigée directement vers l'État, s'actualise dans des espaces variés où les citoyens se jouent des codes et formulent des discours oppositionnels.

Dans le cadre de cette recherche, ces espaces se sont avérés être les médias alternatifs, plus particulièrement *L'Itinéraire,* au sein duquel les identités se redéfinissent selon des codes propres aux personnes qui les mobilisent. En participant à des projets médiatiques alternatifs, les personnes impliquées agissent en tant que citoyen car elles passent à l'action, elles défient des structures hégémoniques qui tentent de les délégitimer et de les exclure d'emblée. Combatifs et dissidents, ces citoyens refusent de demeurer passifs et muets, ils s'arrogent la parole et s'imposent comme des acteurs légitimes dans l'espace public.

Force est de constater que les journalistes et camelots de *L'Itinéraire* ne satisfont pas à la définition hégémonique du citoyen reposant principalement sur des facteurs comptables. À l'intérieur de la vision libérale de la citoyenneté, ils sont considérés comme des citoyens de troisième zone, des marginaux tels que définit selon ce cadre normatif et restreint. Heureusement, le journal leur accorde un droit de cité, un droit de réplique. Ainsi, ils ont l'opportunité de se redéfinir, entre autres, à travers l'étiquette de la marginalité et de refuser qu'on leur impose une conception hégémonique, étroite et fabriquée de ce qu'ils sont, de ce qu'est un citoyen. À *L'Itinéraire*, les journalistes de la rue prennent position et négocient leur place au journal et dans la société en général. Même si l'émancipation est limitée par moment, son potentiel s'actualise dans les pratiques médiatiques.

Toutefois, j'hésite à concevoir *L'Itinéraire* comme un moteur de citoyenneté car cette notion réfère au cadre normatif libéral du citoyen formaté, justifiant et renforçant cette vision politique dont les journalistes de la rue souhaitent pourtant se détacher. Au même moment, il m'apparaît évident que *L'Itinéraire* est bel et bien un moteur de citoyenneté en ce sens qu'il en élargit la définition à travers les pratiques médiatiques des journalistes et camelots. L'implication au sein du journal à un effet positif dans leur vie. Ainsi le journal ne doit pas nécessairement être perçu comme un moyen de sortir de la marginalité mais plutôt comme une opportunité d'intégrer cette marginalité en tant qu'apport positif et constructif au sein de la société. Les journalistes de *L'Itinéraire* ne cherchent donc pas nécessairement à effectuer un passage de la marge vers la norme à travers leur participation au journal. Toutefois, en refusant l'étiquette d'une marginalité asservissante, ils utilisent *L'Itinéraire* comme un outil de lutte politique au sein duquel ils peuvent défendre une citoyenneté différente et renouvelée.

Il est vrai que l'alternative est souvent incorporée au sein de la culture populaire dans quel cas s'effectue un passage parfois douteux et non sans heurts entre la marge et la norme. En effet, il est hasardeux de présumer des aspirations individuelles et personnelles de chacune des personnes participant au journal. À travers leur participation, cherchent-ils à devenir des citoyens « rangés », à mener une vie « normale » ou veulent-ils simplement mettre leur grain de sel dans l'univers social, avoir voix au chapitre ? Difficile de connaître ces réponses, toutefois, il est possible de rendre compte de ce que le média offre à ces personnes. Selon mon analyse, même si le journal contribue souvent à amenuiser certains facteurs d'exclusion, il ne vise pas tant à incorporer ses artisans dans la norme, pour en faire de bons petits citoyens, au sens de la définition libérale et hégémonique de la citoyenneté.

Cet objectif équivaudrait à demander aux journalistes de nier ce qu'ils sont pour pouvoir être considérés comme des citoyens à part entière. *L'Itinéraire* fait bien plus que ça, il permet aux journalistes et camelots d'être marginaux et citoyens à la fois, annihilant cet antagonisme faussement construit. Il y parvient en donnant la parole aux personnes directement concernées. Il restitue les artisans du journal en tant que citoyens en leur donnant l'espace et le pouvoir de se redéfinir eux-mêmes à travers la parole médiatique. Les journalistes n'ont pas à nier ce qu'ils sont, à se compromettre ou à se conformer selon les critères sociaux normatifs. Au journal, ils sont selon leurs propres termes, à la fois marginaux et citoyens.

La présente analyse porte à croire que les projets médiatiques participatifs tels que *L'Itinéraire* s'inscrivent dans le courant de la démocratie radicale défendu par Mouffe (1992), McClure (1992) et Rodriguez (2001) car ils mettent à jour les différents mécanismes d'exclusion dans la production discursive des identités. Les médias alternatifs démocratisent la démocratie puisqu'ils élargissent considérablement le spectre de la conversation publique en ouvrant la voie à l'expression d'un plus large éventail d'individus, d'enjeux et de discours dans l'espace public. Ainsi, plus de personnes peuvent participer à négocier et à définir ce que signifient les principes démocratiques fondamentaux d'égalité et de liberté. Les brèches ouvertes par la marge médiatique sont de réelles bouffées d'oxygène pour la démocratie et participent par le fait même aux différents mouvements pour le changement social.

L'Itinéraire bien qu'il demeure marginal est un incontournable dans l'univers médiatique montréalais. C'est d'ailleurs cette marginalité qui fait toute sa force, ce pourquoi elle doit être défendue et sauvegardée car c'est à travers elle que s'opère tout son potentiel de changement. *L'Itinéraire* a su faire sa marque et traverser le temps grâce au travail acharné de

toutes les personnes impliquées dans le projet. Il publie depuis peu deux numéros par mois et célèbrera ses 12 ans à l'été 2006. Espérons que l'énergie et la lucidité de ses artisans aura raison de la conjoncture actuelle car la démocratie a plus que jamais besoin d'espaces de création et de contestation.

BIBLIOGRAPHIE

ASEN, Robert (2000). «Seeking the "counter" in counterpublics», *Communication theory,* vol.10 (4), pp.424-446.

ASEN, Robert & Daniel BROUWER (2001). «Introduction: Reconfiguration of the public sphere», *Counterpublics and the State,* Albany (NY): State University of New York Press, pp.1-32.

ATTON, Chris (2002). *Alternative Media,* London: Sage Publications.

BADGIKIAN, Ben H. (2000). *Media Monopoly* (6ième édition), Boston: Beacon Press.

BAUDRILLARD, Jean (1972). « Requiem pour les media », *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris: Gallimard, pp. 200-228.

BENOÎT-BARNÉ, Chantal (2000). «The formation of publics in a mediated world», *Public participation and information technologies,* Lisbonne: CITIDEP, DCEA-FCT-UNL, pp.65-70.

BITZER, Lloyd (1978). «Rhetoric and public knowledge», *Rhetoric, philosophy and literature: an exploration,* Lafayette: D.M. Burks.

BOISVERT, Yves, Jacques HAMEL & Marc MOLGAT (2000). *Vivre la citoyenneté : identité, appartenance et participation,* Québec: Éditions Liber.

BOLTANSKI Luc & Ève CHIAPPELO (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme,* Paris : Gallimard.

BOURDIEU, Pierre (1987).*Choses Dites*, Paris : Éditions Minuit, collection Le sens commun.

BOURDIEU, Pierre (1998). « L'essence du néolibéralisme : cette utopie en voie de réalisation, d'une exploitation sans limite », *Le Monde Diplomatique*, http://www.monde-diplomatique.fr/1998/03/BOURDIEU/10167. [septembre 2005].

BOURQUE Gilles, Jules DUCHASTEL & Éric PINEAULT (1999). «L'incorporation de la citoyenneté», *Sociologie et sociétés,* vol. 31 (2), Québec, pp.41-64.

BOURQUE Gilles & Jacques BEAUCHEMIN (1994). « La société à valeur ajoutée ou la religion pragmatique », *Sociologie et sociétés,* vol. 16 (2), pp.33-56.

CARDON, Dominique & Fabien GRANJON (2003). « Les mobilisations informationnelles dans le mouvement altermondialiste », Communication en version provisoire, non diffusée.

CHOMSKY Noam & Robert W. McCHESNEY (2000). *Propagande, médias et démocratie,* Montréal: Éditions Écosociété.

CHOMSKY Noam & Edward S. HERMAN (1988). *Manufacturing consent: the political economy of mass media,* New York: Pantheon Books.

CHOMSKY Noam (1989). *Necessary Illusions,* Boston: South End Press.

COULDRY, Nick (2000). *The place of media power: pilgrims and witnesses in the media age*, London: Routledge.

COULDRY, Nick & James CURRAN (2003). *Contesting media power: Alternative media in a networked world*, Lanham, Md., UK : Rowman & Littlefield.

DEEZT, Stanley (1994). «The Future of the Discipline: the Challenges, the Research, and the Social Contribution», *Communication Yearbook,* 17, p. 565-600.

DEWEY, John (1927). *The public and its problems*, Chicago: Swallow Press.

DOWNEY, John & FENTON, Natalie (2003). «New media, counter publicity and the public sphere», *New Media and Society*, vol. 5 (2), London: Sage publications, pp. 185-202.

DOWNING, John & al. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*, Thousand Oaks: Sage publications.

DUBOIS, Frédéric (2005). *Médias autonomes et Internet : à l'origine d'une contre-publicité,* Montréal : Mémoire de maîtrise l'Université du Québec à Montréal.

FELSKI, Rita (1989). *Beyond feminist aesthetics: Feminist literature and social change*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

FRASER, Nancy (1992). « Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy», *Habermas and the public sphere,* sous la direction de Calhoun, Boston: MIT Press, pp.119-142.

GAFFANEY, Timothy G. (2000). *Freedom for the poor: welfare and the foundations of democratic citizenship,* Boulder: Westview Press.

GINGRAS, Anne-Marie (1999). *Médias et démocratie : le grand malentendu*, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.

GIROUX, Nicole (2003). « L'étude de cas », *Conduire un projet de recherche : une perspective qualitative,* sous la direction de Giordano, Paris : Éditions EMS, collection Les essentiels de la gestion, pp.42-84.

HABERMAS, Jürgen (1974). « The public sphere: An encyclopedia article», *New German Critique*, vol.3, pp.49-55.

HABERMAS, Jürgen (1990). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society,* Boston: MIT Press.

HABERMAS, Jürgen (1992). *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris: Éditions Payot.

HABERMAS, Jürgen (1992). *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris: Éditions Payot.
HACKETT, Robert (2000). « Taking back the media: notes on the potential for a communicative democracy movement », *Studies in Political Economy,* 63, pp.61-86.

HALL, Stuart (1989). « Ideology and communication theory », *Rethinking Communication,* vol. 1- Paradigm Issues, sous la direction de Dervin, Grossberg, O'Keefe & Wartella, Paris: Gallimard, pp. 40-52.

HAMEL, Jacques (2000). «Citoyenneté, jeunes et droits sociaux», *Vivre la citoyenneté : identité, appartenance et participation,* sous la direction de Boisvert, Hamel & Molgat, Québec: Éditions Liber, pp.65-73.

HAMELINK, Cees (2002). «The Civil society challenge to global media policy», *Global Media Policy in the New Millenium,* sous la direction de Raboy, Luton: University of Luton Press.

HAUSER, Gerard (1999). *Vernacular Voices: The rhetoric of publics and public sphere*, San Diego: University of South Carolina Press.

HELLY, Denise (2000). «La nouvelle citoyenneté, active et responsable», *Vivre la citoyenneté : identité, appartenance et participation,* sous la direction de Boisvert, Hamel & Molgat, Québec: Éditions Liber, pp.119-131.

HLASDY-RISPAL, Martine (2000). « Une stratégie de recherche en gestion : l'étude de cas », *Revue française de gestion,* janvier-février, pp. 61-70.

KLINE, Paula (1996). *Trajectoire hors de l'itinérance : parcours du groupe communautaire d'entraide L'Itinéraire,* Montréal : Mémoire de maîtrise de l'Université du Québec à Montréal.

LANGLOIS, Andrea (2004). *Mediating Transgressions: The global justice movement and Canadian news media,* Montréal: Mémoire de maîtrise de l'Université Concordia.

LANGLOIS Andrea & Frédéric DUBOIS (2005). *Autonomous media: activating resistance and dissent*, Montréal: Cumulus Press.

LEFRANÇOIS, Richard (1987). « Les nouvelles approches qualitatives et le travail sociologique », *Les méthodes de la recherche qualitative*, sous la direction de Deslauriers, Sillery: Presses de l'Université du Québec, pp. 143-153.

LINDLOF, Thomas F. (1995). *Qualitative communication research methods,* Thousand Oaks: Sage publications.

MANSBRIDGE, Jane (1996). «Using power/fighting power: The polity», *Democracy and difference: Contesting boundaries of the political,* sous la direction de Benhabib, New Jersey: Princeton University Press, pp.46-66.

MATTELART, Armand (1998). « La nouvelle idéologie globalitaire », *Pétition,* 2, pp.65-74.

McCHESNEY Robert W. (1996). «The Internet and U.S. communication policy-making in historical and critical perspective», *Journal of communication*, 46 (1), pp.98-124.

McCLURE, Kirstie (1992). « On the subject of rights: Pluralism, plurality and political identity », *Dimensions of radical democracy: Pluralism, citizenship, community*, sous la direction de Mouffe, Londres: Verso, pp.108-125.

MELLUCI, Alberto (1996). *Challenging codes: Collective action in the information age,* Cambridge: Cambridge University Press.

MOLGAT, Marc (2000). « La citoyenneté et le passage à la vie adulte », *Vivre la citoyenneté : identité, appartenance et participation,* sous la direction de Boisvert, Hamel & Molgat, Québec: Éditions Liber, pp.75-86.

MORGAN Gareth & Linda SMIRCICH (1980). «The Case for qualitative research», *Academy of management review,* 5 (4), pp.491-500.

MORSE, Janice M. (1994). *Critical issues in qualitative research methods*, Thousands Oaks: Sage.

MOUFFE, Chantal (1992). *Dimensions of radical democracy: pluralism, citizenship and community,* Londres: Verso.

NEGT, Oskar et Alexander KLUGE (1993). *Public Sphere and Experience: Toward an analysis of the bourgeois and proletarian public sphere*, Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

PEEPLES Jennifer & Kevin M. DELUCA (2002). « From public sphere to public screen: democracy, activism, and the "violence" of Seattle », *Critical Studies in Media Communication,* vol.19 (2), pp.125-151.

PETERS DURAHM, John (1993). «Distrust of representation: Habermas on the public sphere», *Media, culture and society,* vol.15, pp.541-571.

POLANYI, Karl (1957). *The Great Transformation: The political and economic origins of our time*, Boston: Beacon Press.

RABOY, Marc (1983). *Libérer la communication : médias et mouvements sociaux au Québec,* Montréal : Éditions Nouvelle optique, collection Matériaux.

RABOY, Marc avec la collaboration de Geneviève GRIMARD (2001). *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*, 2e éditions, Boucherville : Gaëtan Morin Éditeur.

RABOY, Marc (2003). « Communication et mondialisation : Un défi pour les politiques publiques », *Contestation et mondialisation : Repenser la culture et la communication,* sous la direction de Cameron & Stein, Montréal : Presses de l'Université de Montréal, pp. 133-168.

RODRIGUEZ, Clemencia (2001). *Fissures in the Mediascape: an international study of citizens 'media*, Cresshill, NJ: Hampton Press.

SAVOIE-ZAJC, Lorraine (1997). « L'entrevue semi-dirigée », *Recherche sociale de la problématique à la collecte des donnés,* sous la direction de B. Gauthier, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, pp.263-283.

SÉNÉCAL, Michel (1995). *L'espace médiatique : Les communications à l'épreuve de la démocratie,* Montréal : Éditions Liber.

SILVERSTONE, Roger (à paraître). « Meditation and communication » sous la direction de Calhoun, Rojek et Turner, *The International Handbook of Sociology*, London: Sage.

SQUIRES, Catherine R. (2002). « Rethinking the Black Public Sphere: An Alternative Vocabulary for Multiple Public Spheres », *Communication Theory*, vol.12 (4), November, Washington: International Communication Association, pp.446-468.

TREMBLAY, Mylène (2001). *Portrait de la presse alternative au Québec : de l'engagement politique aux préoccupations socioculturelles, 30 ans d'évolution (1970-2000),* Montréal : Service aux collectivités de l'Université du Québec à Montréal.

UZELMAN, Scott (2002). *Catalyzing participatory communication: Independent media centre and the politics of direct action*, Vancouver: Mémoire de maîtrise de l'Université Simon Fraser.

WARNER, Michael (2002). «Publics and counterpublics», *Public culture,* vol.14 (1), pp.49-90.

WEINSTOCK, Daniel (2000). «La citoyenneté en mutation», *Vivre la citoyenneté : identité, appartenance et participation,* sous la direction de Boisvert, Hamel & Molgat, Québec: Éditions Liber, pp.15-26.

WOLTON, Dominique (1997). *Penser la communication*, collection Champs, Paris : Flammarion.

YIN, Robert (1994). «Case study Research and Methods», *Applied Social Research Methods*, vol.5, Newbury Park: Sage.

ANNEXE 1: GRILLE D'ENTREVUE[30]

Itinéraire personnel

Nom/âge

J'aimerais que tu me parles un peu de toi, que tu me racontes le parcours qui t'a amené à *L'Itinéraire* ?
(Comment tu as connu *L'Itinéraire*, depuis combien de temps ?)

Participation au journal

Parles-moi de la 1ère fois que tu as écris dans le journal ? Comment ça s'est passé ? Qu'est-ce qui t'a donné envie de faire ça ?

Dis-moi comment tu trouves tes idées de sujet pour tes articles ?
Sur quel sujet était ton dernier article ?

Qu'est-ce que ça signifie pour toi d'être journaliste à *L'Itinéraire* ?

Parles-moi des choses que tu trouves moins évidentes dans ton travail de journaliste ?

Parles-moi des choses que tu trouves vraiment l'fun dans ton travail de journaliste ?

Parles-moi de tes relations avec les personnes qui travaillent à la rédaction du journal, Annie et Jean ? Comment ça se passe ? Comment ça devrait se passer selon toi ?

Qu'est-ce que cette expérience t'apprend et t'apporte ?

As-tu déjà ou occupes-tu d'autres postes dans le groupe ?
Parles m'en ?
Penses-tu que *L'Itinéraire* accomplit bien sa mission qui vise à donner du pouvoir aux personnes de la rue ?
Et quand il parle de journal-école, est-ce que pour toi ça été le cas ? Par quels moyens as-tu appris ton travail de journaliste ?

Perception du journal

C'est quoi pour toi le journal *L'Itinéraire* ?
Penses-tu que *L'Itinéraire* est différent des autres médias ? Pourquoi ?

Pourquoi c'est important qu'un journal comme *L'Itinéraire* existe à Montréal?

---

[30] Veuillez noter que la grille d'entrevue fut un outil de travail ouvert et flexible m'ayant surtout servi de guide lors des entrevues. Je me suis donc permis d'adapter à chaque fois, avant, pendant et après, la grille d'entrevue selon la connaissance que j'avais de mon interlocuteur et l'échange lors de l'entrevue. Il s'agit donc ici d'une grille type.

Consultes-tu d'autres médias ?
Qu'est-ce que t'en penses ?

Contact avec le lectorat

Décris-moi un peu ton travail de camelot ?
Les particularités du fait que ton milieu de travail soit la rue ?
(Difficultés et joies)

Penses-tu que le fait que tu écrives dans le journal change ton rapport avec les lecteurs ?
Et avec la société en général ? Et ton rapport à toi-même ?

Vois-tu ton implication à *L'Itinéraire* comme un acte citoyen, un acte d'engagement et de participation dans quelque chose ?
Comment fais-tu le rapport entre ton travail à *L'Itinéraire* et la société ?

Changement social

Quels sont les problèmes sociaux qui te préoccupent le plus actuellement ?
Qu'est-ce que tu penses qu'il faudrait commencer par changer ?

Penses-tu que le message que tu passes à travers tes articles tout comme le message de *L'Itinéraire* dans son ensemble contribue à changer peu à peu les choses?

Penses-tu continuer à collaborer à *L'Itinéraire* comme journaliste et comme camelot pendant longtemps? Pourquoi ?

Quels sont tes projets, tes rêves pour l'avenir ?

Durée de chaque entrevue : 60 à 90 minutes