

**Le développement hybride des industries de la culture, de
l'information et de la communication en milieu autochtone**
**The Hybrid Development of Culture, Information and
Communication Industries among First Nations**
**El desarrollo híbrido de las industrias de la cultura, la
información y la comunicación en el medio indígena**

France Aubin, Maude Calvé-Thibault et Éric George

Volume 42, numéro 1, 2012

Autochtones et médias

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1023715ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1023715ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Recherches amérindiennes au Québec

ISSN

0318-4137 (imprimé)

1923-5151 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Aubin, F., Calvé-Thibault, M. & George, É. (2012). Le développement hybride des industries de la culture, de l'information et de la communication en milieu autochtone. *Recherches amérindiennes au Québec*, 42(1), 7–14.
<https://doi.org/10.7202/1023715ar>

Résumé de l'article

Cet article synthétise les propos échangés lors d'un séminaire, tenu en décembre 2010, sur les résultats d'un rapport de recherche. La recherche, menée de 2007 à 2010, portait sur « le développement des industries de la culture, de l'information et de la communication en milieu autochtone dans le contexte des mutations de ces industries à l'échelle internationale ». Participaient au séminaire des collaborateurs au projet de recherche ainsi que d'autres personnes intéressées par les industries culturelles autochtones. Les constats suivants ont émergé des discussions : les industries culturelles autochtones ne suivent pas toutes le même parcours en termes d'industrialisation, et celle-ci a des limites quand vient le temps de répondre aux défis multiples adressés aux entreprises autochtones.



MISE EN CONTEXTE

Le développement hybride des industries de la culture, de l'information et de la communication en milieu autochtone

**France Aubin,
Maude Calvé-
Thibault et
Éric George***

CHERCHEURS EN COMMUNICATION et membres du Centre de recherche GRICIS, nous étudions les mutations de la gouvernance des systèmes de communication. De 2007 à 2010, nous avons mené une recherche sur « Le développement des industries de la culture, de l'information et de la communication en milieu autochtone dans le contexte des mutations de ces industries à l'échelle internationale », financée par le Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH) du Canada. Fidèle aux objectifs du GRICIS, notre recherche comportait une dimension comparative : nous souhaitions voir si les grandes tendances observées dans le monde, comme la professionnalisation et l'internationalisation des entreprises médiatiques, se retrouvaient également en milieu autochtone. Nous interrogeons aussi l'idée selon laquelle les médias autochtones favorisaient le développement économique des communautés, en particulier des communautés éloignées.

Nous avons réalisé une série d'entrevues semi-dirigées avec des professionnels du réseau de la Société de communication Atikamekw-Montagnais (SOCAM), du réseau

télévisuel Aboriginal Peoples Television Network (APTN), du réseau radiophonique inuit Taqramiut Nipingat Inc. (TNI) et du cinéma; échangé de nombreux courriels avec un certain nombre d'intervenants autochtones; livré des conférences et rédigé des articles (Aubin et George 2009; Aubin 2009; voir également les textes de George et Aubin, celui de George et celui d'Aubin, dans ce numéro); produit et déposé sur notre site Web un rapport pour l'organisme qui a subventionné notre recherche (CRSH)¹; et enfin, tenu un séminaire en décembre 2010, réunissant certains des participants au projet de même que d'autres personnes intéressées par les industries culturelles autochtones. Le séminaire visait à discuter des résultats contenus dans le rapport rédigé pour le CRSH, comme prévu dans le cadre du protocole éthique adopté pour la recherche. Tous nos collaborateurs à la recherche ont été invités mais certains n'ont pas pu se présenter. Les participants au séminaire du 3 décembre 2010 étaient : Manon Barbeau, cinéaste et cofondatrice du Wapikoni mobile; Katia Rock, auteure-compositrice-interprète, comédienne et stagiaire au Wapikoni mobile; Stéphane Rituit, producteur chez Igloolik Isuma Production et coproducteur chez Isuma.tv; Jean-François O'Bomsawin, coordonnateur des communications au réseau de télévision APTN; Dolorès Contré, artiste interdisciplinaire et

* Respectivement du Centre de recherche GRICIS et Département de lettres et de communication sociale, UQTR; de la Faculté de communication, UQAM; du Centre de recherche GRICIS et École des médias, Faculté de communication, UQAM.

chargée de cours à l'Université de Montréal; Éric George, responsable du projet et professeur à l'UQAM; France Aubin, cochercheure et professeure à l'UQTR; Maude Calvé-Thibault, assistante de recherche, et Philippe-Antoine Lupien, assistant de recherche.

Sept grands thèmes avaient servi à structurer notre recherche sur les entreprises médiatiques autochtones : ils ont été repris pour structurer notre rapport, ainsi que pour les échanges du séminaire. Il s'agit de :

- (1) les structures (la taille et la complexité des entreprises, p. ex. : leur appartenance à un réseau/autonome, structure centralisée/décentralisée);
- (2) l'organisation du travail (p. ex. : travail bénévole/rémunéré, tâches spécialisées/non spécialisées, participation au processus de décision);
- (3) le rôle des technologies, soit utilisées à des fins de production, soit pour assurer la diffusion/distribution du contenu;
- (4) les modes de financement, par l'État, par les abonnements, par la publicité ou par la communauté;
- (5) le rôle des politiques nationales et internationales en termes de programmes de soutien, de réglementation et de législation;
- (6) l'industrialisation et la marchandisation (p. ex. : produits dérivés, standardisation des formats, jeu de la concurrence sur le marché);
- (7) l'internationalisation (p. ex., diffusion de contenus dans d'autres pays).

Ces sept thèmes sont tirés des recherches consacrées aux industries culturelles. Ils reprennent les critères associés à ces industries, dont on retrouve une synthèse chez Tremblay (1990) et Ménard (2004), tout en intégrant des éléments issus de travaux plus récents, dont ceux de Bouquillion et Combès (2007) et Tremblay (2008).

Nous présentons ici une partie de nos résultats enrichis des commentaires et questions des participants au séminaire. À des fins de lisibilité et pour mieux refléter les échanges qui nous ont emmenés d'une lecture des résultats essentiellement nourrie par la théorie des industries culturelles à une lecture métissée nourrie de l'expérience de terrain de nos participants au séminaire, nous avons simplifié notre grille pour passer de sept entrées à trois grandes thématiques : l'hybridité des industries médiatiques autochtones, l'appropriation des normes et le partenariat. Notre article présente donc les résultats de notre recherche commentés par les participants au séminaire. Nous estimons qu'en intégrant les commentaires de nos participants, nous concrétisons l'éthique inscrite non seulement dans notre protocole de recherche mais aussi et surtout dans la perception que nous avons de notre rôle en tant que chercheurs concevant nos interlocuteurs comme des cochercheurs, à même de valider nos résultats et d'en approfondir l'explication. Nos lecteurs noteront enfin que le présent article est publié dans un dossier qui comprend d'autres textes revenant plus en détail sur les résultats tirés

de notre recherche (sur APTN par exemple) ou sur d'autres recherches (sur Wapikoni par exemple).

Notre article est divisé en quatre parties. Après l'introduction (première partie), nous reviendrons brièvement sur notre objectif de recherche (deuxième partie). La troisième partie portera plus spécifiquement sur nos résultats revus et commentés par les participants au séminaire². Elle comprendra trois sections, correspondant aux trois thématiques introduites plus tôt. Enfin, nous conclurons en revenant brièvement sur la théorie des industries culturelles (quatrième partie).

RETOUR À L'OBJECTIF DE LA RECHERCHE

À l'origine de cette recherche sur les médias autochtones il y a eu le désir de dresser un premier bilan du développement des industries médiatiques en milieu autochtone, en mettant l'accent sur la dimension économique, ce qui, à notre connaissance, n'avait jamais été fait. En effet, les liens entre développement économique et population autochtone ont fait l'objet de travaux d'une certaine ampleur comme en témoignent, parmi d'autres, plusieurs rapports : *Les entrepreneurs autochtones du Canada : progrès et perspectives* (Sawchuk et Christie 1998), *Favoriser la participation des autochtones à l'économie* (Groupe de travail sur la participation des autochtones à l'économie 2001), *Agir maintenant pour l'avenir* (Forum socio-économique des Premières Nations 2006). Toutefois, à la lecture de ces contenus, nous nous sommes rendu compte que les médias n'étaient généralement pas considérés comme des sources potentielles de création de richesse économique au sein des communautés éloignées des grands centres. C'est pourquoi nous avons envisagé d'aborder la problématique du développement des industries médiatiques comme contribuant au développement économique des communautés autochtones. Pour valider cette hypothèse, nous avons sollicité différentes rencontres avec des intervenants du réseau radiophonique de la SOCAM, du réseau télévisuel d'APTN et du réseau radiophonique inuit TNI. Il n'a pas été possible de rencontrer MM. Larose et Hervieux, directeurs généraux respectifs d'APTN et de la SOCAM, avec lesquels nous aurions pu discuter plus en détail des questions financières. Dans le cas d'APTN, nous avons tout de même eu accès aux rapports financiers que le réseau est tenu de rendre publics, mais pour la SOCAM nos questions sur le financement n'ont pas trouvé de réponse précise.

En dépit de ces difficultés, nous sommes arrivés à différents constats d'ordre financier sur lesquels nous reviendrons (surtout) dans la première partie de notre texte sur l'hybridité des entreprises autochtones. La question plus générale de la contribution des industries médiatiques au développement économique des communautés autochtones reste cependant posée. Par ailleurs, nos résultats plus spécifiquement liés au développement économique d'APTN, au rôle des nouvelles technologies pour TNI ou encore aux attentes exprimées à l'égard des radios communautaires ont été traités dans d'autres articles figurant dans le même numéro.

S'il était difficile pour nos collaborateurs au projet de nous aider à documenter le lien entre les développements économiques des industries médiatiques autochtones, d'un côté, et des communautés, de l'autre, en revanche c'est spontanément qu'ils ont évoqué l'importance des médias pour le développement social et culturel des autochtones. L'idée selon laquelle les médias peuvent contribuer à la consolidation du sentiment identitaire chez les autochtones s'est donc révélée prégnante pour les interlocuteurs que nous avons rencontrés entre 2008 et 2010. Réceptifs aux interrogations et interprétations de nos interlocuteurs, nous avons fait état de ces discussions et des réflexions qui en ont découlé, notamment lors d'un colloque tenu à Lisbonne (Aubin et George 2009), mais aussi dans l'article de France Aubin qui paraît dans le présent numéro, sur les attentes diversifiées à l'égard des médias autochtones.

À ces considérations sur l'importance de la contribution des médias à la consolidation identitaire se sont ajoutées celles qui ont été exprimées lors du séminaire et qui mettaient l'accent sur la revalorisation culturelle et l'établissement du lien social. Nous y reviendrons donc dans les pages qui suivent.

NOS RÉSULTATS REVUS ET COMMENTÉS

Comme nous l'avons déjà mentionné, nous avons simplifié notre grille d'analyse en passant de sept à trois entrées. Les correspondances ont été établies de la façon suivante : les structures, l'organisation du travail et les modes de financement seront évoqués dans la première section, portant sur l'hybridité des entreprises autochtones. Le rôle des technologies sera vu essentiellement dans la deuxième section qui traite de l'appropriation des normes, mais nous y reviendrons également dans la troisième section, qui porte sur le partenariat. C'est aussi dans la section consacrée au partenariat que nous aurons l'occasion de revenir sur l'internationalisation, sur les politiques publiques (nationales) et sur l'enjeu du financement, étroitement lié à ces dernières.

Enfin, mentionnons que l'industrialisation est une thématique transversale. Elle recouvre en effet au moins partiellement d'autres thématiques : (1) les structures, diversifiées dans le cas des médias autochtones ; (2) l'organisation du travail plus ou moins marquée par la division sociale des tâches, (3) l'appropriation des normes techniques, associée à la standardisation de ces normes ; (4) le financement – lorsqu'elle fait intervenir le marché ; et enfin (5) la concurrence³.

L'HYBRIDITÉ DES INDUSTRIES MÉDIATIQUES AUTOCHTONES

Un des constats de notre rapport, qu'ont tenu à souligner les participants au séminaire de décembre 2010, est celui de l'hybridité des entreprises autochtones. Entre média généraliste et média spécialisé ; média de service public, privé ou communautaire ; organisme sans but lucratif (OSBL) ou générant des profits : les frontières sont souvent floues. On note toutefois certaines différences entre la radio et la télévision, dont nous avons voulu rendre compte en

présentant les deux médias séparément. Nous reviendrons en fin de section sur la question du financement.

LA RADIO

La radio est présente depuis longtemps dans la vie des autochtones. Ainsi, dans le nord du pays, elle a commencé dès le milieu des années 1950 à faire partie de la vie quotidienne grâce aux services communautaires et au Northern Service de la Canadian Broadcasting Corporation sur ondes courtes. Toutefois, elle a été considérée, tout comme la télévision plus tard, comme un outil d'assimilation culturelle. Ce n'est qu'au début des années 1980 que de nouvelles politiques de soutien public, de même que l'appui de l'organisme de réglementation (le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes [CRTC]) et la création de treize sociétés de communication locales (Inuits, Premières Nations et Métis), ont conduit vers le développement de la radio, mais aussi de la télévision. Actuellement, des communautés toujours plus nombreuses développent leur propre station communautaire, et un réseau pancanadien, Aboriginal Voices Radio, a même vu le jour. Quand il n'y a pas de radio locale, c'est la radio à ondes courtes (CB) qui prend le relais comme outil de communication et de diffusion de l'information. Au-delà du mandat d'informer à une échelle locale, la radio joue un rôle clé dans la création du lien social et la préservation de la langue et des identités locales. Elle devient d'ailleurs souvent une plate-forme de diffusion de l'information et de communication ancrée au cœur des activités locales et communautaires, selon nos interlocuteurs.

Ils précisent que le sentiment d'immédiateté inhérent à la radio favorise la cohésion sociale : avec la radio, on a l'impression de s'adresser « en direct » à la communauté. Selon nos participants, c'est en ce sens que la radio peut être considérée comme beaucoup plus proche de la tradition orale autochtone que d'autres médias. Outil largement utilisé par les aînés, la radio devient ainsi un nouvel espace contemporain pour la transmission orale du savoir. La dimension « rassembleuse » de la radio, l'« être-ensemble » qui, grâce au caractère interactif et immédiat de celle-ci, permet de rassembler les gens de la communauté autour d'une même émission, ou encore d'une même activité comme le bingo, le chapelet du matin, les tribunes téléphoniques ou les concours, a été soulignée par la totalité des intervenants du séminaire.

Selon eux, la radio tient aussi un rôle de divertissement, de promotion de la culture et des talents locaux. C'est sur ses ondes que les artistes locaux peuvent être diffusés, que les talents et les événements locaux sont présentés. À ce sujet, un interlocuteur souligne que c'est grâce à la radio autochtone que le groupe Kashtin est devenu populaire : les gens appelaient à la radio pour demander de diffuser les chansons de ce duo.

Les structures des radios locales adoptent le modèle communautaire. Elles sont gérées la plupart du temps par des conseils d'administration composés de membres de la communauté. Les employés sont peu nombreux et souvent

polyvalents, s'acquittant à la fois des tâches de recherche d'information, d'animation, de production, de diffusion, d'administration et de recherche de financement.

Ancrées dans l'information locale, les radios communautaires possèdent plus de latitude que la télévision en termes de contenu et de format du contenu diffusé. Selon nos interlocuteurs, elles sont aussi plus accessibles pour les membres des communautés : il est facile de s'approprier collectivement ce média et de développer une plateforme interactive permettant aux membres de la communauté de participer à la création du contenu. Le fait de diffuser en langue autochtone et de miser sur l'aspect participatif favorise le sentiment d'appartenance aux radios communautaires, par opposition aux autres médias : « L'interaction, l'immédiateté et la proximité sont plus importantes avec la radio, ce que la télévision ne permet pas de recréer », a observé l'un des participants au séminaire.

Soulignons la présence dans l'espace médiatique autochtone québécois du réseau de la SOCAM, regroupement des radios innues (montagnaises) et attikameks, et du réseau TNI, desservant les communautés inuites du Nunavik, qui se distinguent des radios locales en assurant plutôt une couverture nationale de l'information. Ces réseaux permettent aussi de créer des ponts et de faire circuler l'information entre les communautés. Même si ces organismes possèdent un mandat national, leur structure se rapproche de celles des radios communautaires, favorisant une organisation horizontale du travail, avec une petite équipe d'employés qui mise sur la proximité de ses membres. La SOCAM diffuse des capsules d'information nationale sur les ondes des radios communautaires membres du réseau, favorisant ainsi la création d'un sentiment d'appartenance inter-communautés. Il s'agit aussi d'un moyen pour rester en contact, particulièrement pour les autochtones qui vivent à l'extérieur de leur communauté ou en milieu urbain mais qui peuvent ainsi suivre les événements locaux *via* la diffusion de la radio sur Internet. À ce sujet, une intervenante issue du milieu artistique explique : « On appelle souvent pour dire ce qu'on fait, où nous sommes, où en sont rendus nos projets. Ça permet de garder le lien, le contact. »

LE RÉSEAU APTN ET LA TÉLÉVISION AUTOCHTONE

Pour ce qui est de la télévision, l'arrivée du réseau APTN en 1999 a marqué un tournant dans le secteur de la radiodiffusion. Il est en effet le premier diffuseur télévisuel national ayant pour mission de présenter du contenu par, pour et sur les peuples autochtones, aux niveaux national et international. Son principal mandat est de donner une plus grande visibilité aux peuples autochtones, de « les raconter » au reste du monde, de les faire connaître, grâce à une production réalisée par les peuples autochtones.

APTN offre une programmation en anglais, en français et dans quatorze langues autochtones. La programmation est variée mais spécialisée sur des thèmes entourant l'univers des peuples autochtones, proposant des émissions de cuisine, d'information, des téléromans, des

documentaires, des émissions de télé-achats ou encore des émissions sportives. Le contenu télévisuel d'APTN s'adresse à un auditoire pancanadien, à la fois aux autochtones vivant dans les réserves et aux autochtones vivant en milieu urbain, mais aussi aux allochtones, contrairement aux radios pour lesquelles le principal public cible est la communauté locale.

À titre de diffuseur officiel des Jeux olympiques d'hiver de 2010 en langues autochtones, en français et en anglais, APTN a mis en valeur l'apport des peuples autochtones dans le milieu de la télévision. Plus globalement, il contribue à valoriser les cultures et le savoir local à une échelle nationale et internationale par son rôle de principal diffuseur de contenu réalisé par les peuples autochtones au Canada. Le sentiment d'appartenance des membres des peuples autochtones et le sentiment de fierté qui s'en dégage sont significatifs : « APTN, c'est mon poste de télévision », a déclaré une intervenante.

Étant le 4^e diffuseur national au Canada, APTN doit se plier aux normes de l'industrie, adoptant une structure et un mode de production à l'image des pratiques existant dans les autres entreprises médiatiques. Cecla se reflète dans les choix des productions et des émissions qui seront diffusées, le format haute définition (HD) étant le premier critère de sélection. La production vise le professionnalisme, un des premiers critères de crédibilité pour le réseau APTN qui, pour rester compétitif sur le marché, cherche à répondre aux exigences de l'industrie des médias de masse en termes d'esthétique, de qualité et de format⁴.

Le personnel d'APTN est majoritairement composé d'autochtones : selon un de nos interlocuteurs, 75 % de ses employés seraient issus des peuples autochtones. Puisque APTN est un réseau national de télédiffusion, la structure interne est beaucoup plus hiérarchisée et sectorisée, à l'image des autres grands réseaux de télévision comme la Société Radio-Canada. Forcément moins proche de ses publics que la radio locale, APTN a mis au point divers outils interactifs, un service aux membres et des plates-formes Web afin de rester en contact avec l'auditoire (voir à ce sujet le texte de George avec la collaboration de Lupien, dans ce numéro).

LE FINANCEMENT DES INDUSTRIES MÉDIATIQUES AUTOCHTONES

Le caractère hybride des entreprises médiatiques autochtones complique leur financement puisqu'elles ne correspondent pas toujours à tous les critères exigés par les bailleurs de fonds. Elles doivent parfois mettre en place de nouveaux services qui les détournent de leur mission ou de leurs activités principales afin de satisfaire aux exigences des bailleurs de fonds. Par conséquent, il est plus difficile pour elles de s'imposer dans la sphère médiatique et de proposer un développement à long terme, le financement n'étant souvent que ponctuel, par projet ou encore, à durée déterminée. Elles consacrent donc beaucoup de temps à la recherche de financement, à faire des montages financiers complexes, alliant financements public et privé ainsi que collectes de fonds. L'exigence de résultats et de

succès formulée par les bailleurs de fonds est peu compatible avec le processus de création audiovisuelle puisqu'il est impossible de prédire si une production aura du succès ou non.

APTN fait toutefois office d'exception en ce qui a trait au financement. Service obligatoire de base capté dans plus de dix millions de foyers, le réseau de télévision reçoit sur une base régulière une cotisation des abonnés, ce qui l'a aidé à développer une structure financière assez solide, complétée par d'autres sources de revenus. Ainsi cette relative autonomie financière a-t-elle favorisé le développement de services à long terme et permis de s'imposer comme acteur dans la sphère médiatique. La stabilité d'APTN en fait donc une plate-forme qui permet de diffuser un contenu différent, pouvant provenir d'entreprises de productions plus petites et méconnues.

L'APPROPRIATION DES NORMES

Entre APTN et les radios locales, on observe une différence importante à la fois en termes de financement, de publics et d'organisation du travail. Ainsi on peut émettre comme hypothèse que plus un média se massifie comme APTN⁵, plus son public cible est large, plus son financement est important, plus il est marqué par une tendance à la professionnalisation. Son fonctionnement se verticalise, les tâches sont plus spécialisées et la structure, plus hiérarchique. En termes de développement économique, les entreprises médiatiques autochtones qui se professionnalisent sont celles qui réussissent le mieux mais aussi celles qui ressemblent le plus aux industries médiatiques allochtones. Au moment de traiter des contraintes de la HD imposées par APTN et de l'exclusion qu'elles entraînent, nous avons déjà évoqué les risques de l'imposition de normes techniques. Un autre cas peut illustrer la tension caractéristique des industries culturelles qui existe entre la créativité et la standardisation : celui de la vidéo et du cinéma. Nous nous y attarderons dans les lignes qui suivent avant d'aborder le rôle d'Internet et des nouvelles technologies.

LA VIDÉO ET LE CINÉMA

L'émergence du cinéma autochtone est récente dans l'espace médiatique québécois, inuit et canadien. À l'image des autres entreprises médiatiques autochtones, les entreprises de création et de production vidéo et cinématographique s'inscrivent sur un continuum entre média local et média public. Toutefois, les structures semblent davantage rattachées à une ou à plusieurs communautés, comme en témoignent les activités du Wapikoni mobile (voir l'article d'Antonin Serpereau, dans ce numéro), d'Igloolik Isuma Production et d'Arnaït Video, qui œuvrent au niveau communautaire et local, mais dans une optique de production d'un contenu public qui sera diffusé dans les festivals de films et dans les réseaux internationaux. Les structures se veulent plus petites, se rapprochant de l'organisation des radios locales, où les employés sont polyvalents et s'acquittent de plusieurs tâches à la fois.

Ces trois organismes ont en commun le désir de favoriser l'appropriation des outils de création vidéo par les

autochtones, en apportant le matériel de création et de production directement dans les communautés. Les équipes de travail comptent des allochtones qui ont comme principal mandat de former et d'accompagner les autochtones dans le processus de production. À ce sujet, l'expérience d'Igloolik Isuma Production avec le long métrage de fiction *Atanarjuat (The Fast Runner)*, entièrement écrit, réalisé, produit et joué par des Inuits, a été un tournant pour le milieu du cinéma autochtone : « Des gens de partout dans le monde nous appelaient pour nous demander : « Comment vous avez fait ? » » raconte l'un des intervenants.

Un des défis auxquels font face les organismes de production vidéo et cinématographique est de répondre aux exigences des diffuseurs en termes de qualité et de format des productions tout en respectant la créativité des communautés locales. En effet, les organismes de production doivent se plier aux normes dictées par les diffuseurs et l'industrie de l'audiovisuel. Par exemple, le virage HD exigé par la plupart des diffuseurs exclut des productions locales qui, n'ayant pas accès à cette nouvelle technologie, ne peuvent être diffusées sur les réseaux nationaux et internationaux. De plus, le contenu, le format et l'esthétique doivent correspondre aux normes de l'industrie en vigueur, ce qui peut limiter l'apport spécifique des artisans autochtones, selon nos interlocuteurs. Les organismes qui veulent proposer une esthétique et des formats différents doivent miser sur les réseaux de diffusion alternatifs, sur les festivals nationaux et internationaux consacrés aux productions autochtones, tirant profit d'Internet et du bouche-à-oreille pour assurer une diffusion à plus grande échelle des vidéos et des courts, moyens et longs métrages réalisés au sein des communautés autochtones. Aux contraintes techniques et financières découlant du virage HD, il faut ajouter la précarité du financement ponctuel des projets menés par ces organismes ainsi que, souvent, la nécessité pour les autochtones qui y participent, de faire des études en dehors de la communauté.

INTERNET ET LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

L'émergence d'Internet, mais surtout du Web 2.0, dit participatif, a donné lieu à un discours faisant d'Internet la nouvelle panacée : un espace où tous pourraient contribuer, favorisant un plus grand accès au droit à la communication (voir le texte de George dans ce numéro). De fait, au dire de plusieurs interlocuteurs, des entreprises de production utilisent Internet comme principal espace de diffusion, en raison des faibles coûts de la mise en ligne et de l'absence de normes quant au contenu, au format ou à l'esthétique exigés. Ainsi, Wapikoni mobile rend disponibles tous ses courts-métrages sur son propre site Web de même que sur un canal YouTube. Son site, tout comme celui d'Igloolik Isuma Production, contient différentes informations sur les communautés autochtones, un espace éducatif et du matériel exclusif sur les activités, les courts métrages en production, etc. La plupart des radios diffusent également en direct sur le Web, permettant aux membres situés à l'extérieur de la communauté d'être en contact avec l'information locale. La plate-forme Web

Isuma.tv, lancée en 2008 par Igloolik Isuma Production, qui permet de diffuser et de visionner des vidéos sans frais, joue pour sa part le rôle de plate-forme de diffusion internationale en mettant en ligne divers courts métrages réalisés par les communautés autochtones d'ici et d'ailleurs.

On peut également émettre l'hypothèse que l'émergence de technologies numériques et réseautiques tend à transformer le rapport entre les médias et le public. Les médias se déploient désormais sur différentes plates-formes : téléviseurs, mais aussi ordinateurs, tablettes et téléphones dits intelligents. Un nombre croissant de médias possèdent un site Web et sont actifs dans les réseaux sociaux, qui complètent l'offre des supports de diffusion habituels. Ces espaces Web interactifs poursuivent divers objectifs : promouvoir le média, diffuser les productions, créer un espace interactif avec le public, ajouter de l'information complémentaire sur les activités. Ainsi, APTN cherche à offrir du contenu exclusif à Internet : par exemple des pages facebook ou twitter, des entrevues avec les acteurs au moyen de webcams, des concours, des lexiques, des tribunes téléphoniques après chacune des émissions. Les réseaux de télévision ne se limitent plus à produire une programmation télévisuelle, mais offrent une diversité de services et de produits multimédias interactifs, et APTN souhaite être dans la course. Le réseau n'est plus seulement un diffuseur télévisuel, c'est un média multi-plate-forme. Les services complémentaires sur le Web, comme la baladodiffusion ou la vidéo à la demande, s'inscrivent dans les stratégies d'APTN pour rester « compétitifs » sur le marché. Ainsi, les nouveaux terminaux deviennent, nous semble-t-il des compléments pour les médias autochtones, diffusant du contenu original ou créant des liens avec le public. Il faudra toutefois effectuer d'autres travaux à ce sujet pour confirmer ces hypothèses. La question se pose d'ailleurs bien au-delà des médias autochtones. C'est l'ensemble des médias qui se retrouve confronté à un changement de contexte, notamment d'ordre technologique.

Cela dit, les inégalités demeurent élevées au sujet de l'accès aux médias numériques. Les données portant sur la connectivité des nations autochtones au Canada donnent pour le Québec des situations contrastées avec quelques lieux qui bénéficient d'une situation géographique avantageuse – le cas de la nation huronne qui bénéficie à Wendake du réseau à large bande à la fois pour des fins professionnelles et résidentielles – et le cas de nations beaucoup moins favorisées, telle la nation crie de Chisasibi, qui à cause de son éloignement des centres urbains, doit se contenter d'une connectivité dite « moyenne » (Affaires autochtones et développement du Nord Canada 2013). Par ailleurs, l'accent est mis exclusivement sur la connexion des communautés elles-mêmes, et ce le plus souvent afin d'utiliser la bande passante pour des raisons éducatives et de santé (voir le travail de Susan O'Donnell *et al.* [2007] sur ces questions); ce qui ne nous renseigne pas sur le branchement réel des populations, que ce soit sur un lieu public (siège du conseil de bande, bibliothèque ou école) ou dans les résidences privées. On sait seulement, sur la base des maigres informations dont nous disposons, que

nombre d'autochtones n'ont pas accès aux plates-formes et aux contenus Web, même s'ils leur sont prioritairement destinés. Par ailleurs, nos intervenants ont été d'accord pour considérer que le fossé générationnel était présent dans les processus d'appropriation des médias au sein des communautés. Alors que la radio semble surtout rejoindre les aînés et les adultes, les jeunes des communautés apparaissent s'intéresser davantage à l'audiovisuel, à Internet et aux médias sociaux. L'appropriation des normes techniques, esthétiques ou relatives au contenu (format), que ce soit pour la vidéo, le cinéma ou Internet, doit donc demeurer un enjeu. De côté de la vidéo et du cinéma, les obstacles sont plus nombreux pour les producteurs de contenu, alors que pour l'Internet et les nouvelles technologies les obstacles sont du côté des consommateurs, toujours touchés notamment par la fracture numérique. Mais là encore, pour aller plus loin, il importerait d'effectuer de nouvelles recherches.

LE PARTENARIAT

Après l'hybridité des industries médiatiques autochtones et l'appropriation des normes techniques, esthétiques et relatives au contenu, nous avons retenu le thème du partenariat. Il nous permet d'aborder à la fois les niveaux international et national ainsi que les échanges avec d'autres autochtones et avec des allochtones.

Selon nos interlocuteurs, l'établissement de partenariats avec des industries médiatiques autochtones à l'étranger poursuit divers objectifs : partager des expertises, élaborer des ententes de diffusion, mettre sur pied des projets communs. Les liens de solidarité qui en découlent visent aussi à en arriver à parler d'une seule voix au moment d'orienter les actions de soutien de la part des pouvoirs publics. En établissant des ententes directement avec les partenaires étrangers, les médias autochtones accèdent à un plus vaste espace de diffusion, donc à une plus grande possibilité de se faire voir, de se faire entendre. Internet joue, dans ce contexte, un rôle important pour partager et diffuser les informations et les productions entre le Nord et le Sud, l'Est et l'Ouest. Par ailleurs, les festivals de films internationaux sont aussi des joueurs clés dans la diffusion des productions autochtones internationales, agissant aussi comme lieu de rencontres entre les producteurs, réalisateurs et créateurs d'ici et d'ailleurs. Il semble donc qu'en matière d'ouverture à l'international, la société civile joue un rôle plus important que les acteurs politiques. Une intervenante a notamment souligné le rôle d'intermédiaire joué par des organisations actives dans le domaine du développement, comme OXFAM ou SUCO, « des partenaires sérieux, organisés », qui ont « des contacts sur le terrain ». On peut ainsi mentionner à titre d'illustration une coopération mise sur pied en 2010 entre SUCO, Oxfam-Québec et le Wapikoni mobile autour d'un projet de formation et d'expression des jeunes autochtones du Pérou à l'aide de la vidéo (SUCO 2011).

Les participants à notre séminaire ont également fait valoir l'importance de collaborer avec des allochtones, qu'ils voient comme des « traducteurs de bureaucratie »

pouvant les aider dans leur démarche d'appropriation des normes. Les autochtones sont donc invités à contribuer non seulement à la formation plus spécifiquement liée à la production culturelle, comme dans le cas de Wapikoni mobile ou d'Isuma Production, mais aussi à une formation plus « administrative » leur permettant d'accéder aux différents programmes de soutien gouvernementaux.

CONCLUSION

Bien que la télévision, la radio et la vidéo jouent des rôles différents, elles ont en commun le fait de participer à la construction du sentiment d'appartenance des communautés envers ces médias, qu'ils soient locaux, comme les radios locales, ou nationaux comme le réseau APTN. Le sentiment de confiance que les membres des peuples autochtones accordent à leurs industries médiatiques est plus grand : ils estiment que l'information concernant les peuples autochtones est traitée avec davantage de sensibilité et de nuances que lorsqu'elle est traitée par des médias autochtones, qui misent trop souvent sur le sensationnalisme (voir l'article de Marie-Ève Carignan, dans ce numéro). Tout cela confirme l'importance des médias pour le développement social et culturel des autochtones, importance que nous avons déjà soulignée en introduction.

Il n'en demeure pas moins, comme le souligne l'une des intervenantes, que « la voix des autochtones passe beaucoup plus par les médias locaux que par les médias publics ou nationaux » qui, eux, doivent respecter les exigences de l'industrie. Il s'agit d'un des plus grands défis des industries médiatiques autochtones qui, entre la précarité du financement, les exigences des bailleurs de fonds et des diffuseurs, et les normes de l'industrie relatives au contenu et au format des productions, tentent de garder leur spécificité et de développer un espace reflétant la complexité de la réalité contemporaine des peuples autochtones, leurs cultures, leurs visions du monde, leurs symboles et leurs histoires.

Favoriser le développement et l'appropriation des médias par les membres des peuples autochtones passe, pour plusieurs acteurs du milieu, par l'accès au matériel de production et de diffusion directement au sein des communautés. Cela pose toutefois plusieurs enjeux quant au transfert de connaissances, à la formation, et à l'accès au matériel de production de pointe, élevant sans cesse les normes et exigences de qualité des productions médiatiques.

Mais au-delà des observations de terrain, quelles conclusions tirer de notre recherche en termes d'industries culturelles? L'hybridation des entreprises autochtones nous dit beaucoup de choses : les médias en particulier ont des structures qui les rapprochent pour la plupart des médias communautaires. Ils sont donc peu industrialisés. APTN s'en distingue avec un fonctionnement plus hiérarchique et des obligations financières plus importantes en termes de revenus publicitaires. La reconnaissance du marché publicitaire, et donc de la marchandisation du contenu et de l'auditoire, se traduit par de plus fortes pressions à la standardisation technique, esthétique et de

contenu qui se répercutent sur les entreprises spécialisées en cinéma et en vidéo. Internet apporte toutefois à ces dernières une autonomie relative en termes de diffusion et de distribution : moins dépendantes de la télévision pour diffuser leur contenu, elles peuvent échapper partiellement aux pressions de la standardisation. Sur un continuum allant des entreprises les plus artisanales aux entreprises les plus industrialisées, on trouverait donc les radios locales, les réseaux radiophoniques, la production cinéma et vidéo et le réseau pancanadien d'APTN.

Le rôle des technologies se joue différemment selon l'endroit occupé sur le continuum. Traditionnellement, les technologies servaient à réduire les coûts de production des industries culturelles mais aujourd'hui on peut difficilement statuer globalement sur leur rôle. Internet permet en effet de diffuser du contenu à peu de frais, mais la pression à la standardisation technique pour la diffusion augmente les coûts de production. Autrement dit, les entreprises les moins industrialisées semblent tirer un meilleur profit des technologies en termes de diffusion, mais elles se butent alors aux problèmes de réception de leur auditoire, comme nous l'avons déjà vu au moment d'évoquer la fracture numérique. Les entreprises les plus industrialisées se servent des nouvelles technologies pour chercher à conserver leur place dans le marché, mais il n'est pas certain qu'elles leur permettent à l'heure actuelle de générer des revenus supplémentaires qui viendraient compenser les coûts du multi-plate-forme. En cela, les entreprises autochtones ne sont pas différentes des entreprises allochtones (lire les analyses sur les mutations de ces industries présentes dans Bouquillion et Combès 2007 ; Bouquillion 2008, 2012).

In fine, dans le contexte actuel d'innovation technologique accélérée, l'État canadien devra jouer son rôle et reconnaître l'urgence de maintenir les aides publiques nécessaires au développement, endogène par ailleurs, des industries médiatiques autochtones. On voit difficilement comment les industries médiatiques autochtones pourraient réussir à atteindre tous les objectifs associés au service public dont elles font partie intégrante (voir la Loi sur la radiodiffusion : <http://laws.justice.gc.ca/fra/lois/B-9.01/>) sans un appui significatif des ressources collectives dont l'État est fiduciaire. Qu'elle soit peu ou très avancée, l'industrialisation de la culture, de l'information et des communications a ses limites.

Notes

1. Notre rapport est accessible gratuitement en ligne : « Le développement des industries médiatiques autochtones » <<http://gricis.uqam.ca/spip.php?article81>> (cliquer sur le menu de gauche pour accéder aux différentes thématiques).
2. Le séminaire a été enregistré à la connaissance des participants, mais comme nous n'avions pas sollicité explicitement la permission de citer les propos échangés, nous avons choisi d'anonymiser les extraits retenus pour l'article.
3. Pour les besoins de l'article, nous ne distinguerons pas l'industrialisation et la marchandisation, mais notons que certains le font, comme Tremblay (2008 : 83) : « La marchandisation est

un processus plus englobant que l'industrialisation en ce qu'elle n'implique pas nécessairement l'utilisation de techniques industrielles de production. »

4. Voir la rubrique « Producers » sur le site <<http://www.aptn.ca/corporate/producers/>>; voir aussi l'article de George et Aubin, dans ce numéro.
5. Sur le site d'APTN, on peut lire : « Le Réseau joint plus de trois millions de téléspectateurs chaque semaine », mais ces données remontent à novembre 2005 (BBM) et ne discriminent pas les publics recensés en termes d'autochtones et d'allochtones. <<http://www.aptn.ca/au-sujet-d-APTN/producteurs/auditoire.php>>. Pour plus d'information sur la programmation d'APTN, voir aussi le texte de George et Aubin dans ce numéro.

Médiagraphie

AFFAIRES AUTOCHTONES ET DÉVELOPPEMENT DU NORD CANADA, 2013 : *Connectivité pour les communautés autochtones et nordiques au Canada* – en date de mars 2013. <<http://www.aadnc-aandc.gc.ca/fra/1352214337612/1353504776242>>, consulté le 23 avril 2013.

AUBIN, France, 2009 : « Aboriginal Peoples and Media and Cultural Rights: Between Claiming Access to Dominant Public Sphere and the Need for a "Healing Circle" Type of Media ». Conférence présentée lors de la 18th AMIC Annual Conference, New Delhi, India. Actes disponibles sur cédérom.

AUBIN, France, et Éric GEORGE, 2009 : « Les anciens et nouveaux médias autochtones entre développements socio-culturel et économique », in *Dynamiques de développement : au carrefour des mondes* : 96-110. Actes du colloque EUTIC 2008, Lisbonne.

BOUQUILLION, Philippe, 2008 : *Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*. Presses universitaires de Grenoble, Grenoble.

BOUQUILLION, Philippe (dir.), 2012 : *Creative Economy, Creative Industries: des notions à traduire*. Presses de l'Université de Vincennes, Paris.

BOUQUILLION, Philippe, et Yolande COMBÈS (dir.), 2007 : *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. L'Harmattan, Paris.

FORUM SOCIO-ÉCONOMIQUE DES PREMIÈRES NATIONS, 2006 : *Agir maintenant pour l'avenir*. Rapport final du Forum socio-économique des Premières Nations tenu à Mashteuiatsh du 25 au 27 octobre. <http://www.autochtones.gouv.qc.ca/publications_documentation/publications/forum-francais.pdf>.

(consulté le 23 avril 2013).

GRUPE DE TRAVAIL SUR LA PARTICIPATION DES AUTOCHTONES À L'ÉCONOMIE, 2001 : *Favoriser la participation des autochtones à l'économie*. Rapport pour les ministres fédéraux, provinciaux et territoriaux responsables des Affaires autochtones et les dirigeants autochtones nationaux. Ottawa, <http://www.autochtones.gouv.qc.ca/publications_documentation/publications/fptaabopartreportfinalfrench.pdf>, (consulté le 23 avril 2013).

Loi sur la radiodiffusion (L.C. 1991, ch. 11). Loi à jour le 10 avril 2013; dernière modification 16 mars 2012. Ministère de la Justice, gouvernement du Canada. <<http://laws.justice.gc.ca/fra/lois/B-9.01/>>, (consulté le 23 avril 2013).

MÉNARD Marc, 2004 : *Éléments pour une économie des industries culturelles*. SODEC, Québec.

O'DONNELL S., S. PERLEY, B. WALMARK, K. BURTON, B. BEATON et A. SARK, 2007 : *Community-based broadband organizations and video communications for remote and rural First Nations in Canada*. Proceedings of the Community Informatics Research Network (CIRN) 2007 Conference, Prato, Italy, novembre. <<http://www.susanodonnell.info/downloads/2007-VideoCom-CIRN.pdf>>, (consulté le 23 avril 2013).

SAWCHUK, Gary David, et Pamela CHRISTIE, 1998 : *Les entrepreneurs autochtones du Canada : progrès et perspectives*. Industrie Canada, Ottawa.

SMITH, Greg (Consilium), 2004 : *Perspective des radiodiffuseurs autochtones concernant la politique de radiodiffusion*, Rapport présenté aux responsables du Programme d'accès des autochtones du Nord à la radiodiffusion (PAANR), ministère du Patrimoine canadien, Ottawa. <http://www.pch.gc.ca/progs/pa-app/progs/paanr-nnap/broadcast/broadcastpolicy_f.pdf>, (consulté le 26 juin 2011).

SUCO (Solidarité Union Coopération), 2011 : *Un événement réussi : la vidéo engagée chez les jeunes autochtones d'ici et d'ailleurs*. <<http://suo.org/suco/video-engagee-jeunes-autochtones/>>, (consulté le 23 avril 2013).

TREMBLAY, Gaëtan, 1990 : « Le discours théorique sur les industries culturelles », in G. Tremblay (dir.), *Les industries de la culture et des communications au Québec et au Canada* : 36-57 et 60-65. Presses de l'Université du Québec/Télé-université, Québec.

—, 2008 : « Industries culturelles, économie créative et société de l'information ». *Global Media Journal – Édition canadienne* 1(1) : 65-88. <www.gmj.uottawa.ca/0801/inaugural_tremblay.pdf>, (consulté le 23 avril 2013).

ÉCOLES
D'ÉTÉ
2013



Littérature autochtone
POLITIQUE ET CULTURE

Sous la direction de:

Isabelle St-Amand, chercheure postdoctorale
University of Manitoba
Sarah Henzi, chercheure postdoctorale
University of British Columbia

LITTÉRATURE AUTOCHTONE DU CANADA ET DU QUÉBEC

Du 8 au 13 juillet 2013

Les luttes politiques et les mouvements de contestation autochtones s'accompagnent de prises de parole et d'expressions artistiques qui transforment l'espace public. Ces interventions suscitent de plus en plus d'interrogations au sujet des cultures autochtones qui, loin d'être en voie de disparition, sont vibrantes et en pleine expansion, comme en témoigne l'essor de la littérature autochtone au Canada et au Québec. Sous forme de cours, de conférences et de discussions, nous examinerons en quoi la littérature peut nous aider à saisir les questions politiques, historiques et sociales, et comment celles-ci informent les créations littéraires.

Cette école est destinée aux professeurs et formateurs, aux cadres d'entreprises, aux membres d'ONG, de la fonction publique, aux journalistes, aux diplomates, aux citoyens intéressés et aux étudiants des cycles supérieurs et de fin de baccalauréat.

Inscription: www.cerium.ca/ete

CENTRE D'ÉTUDES
ET DE RECHERCHES
INTERNATIONALES



Université
de Montréal