



MESURE D'IMPACT SOCIAL ET PROFIL D'AUDITOIRE DES TÉLÉVISIONS COMMUNAUTAIRES AUTONOMES DU QUÉBEC

Édition 2015



COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE
ÉCONOMIE SOCIALE
ACTION COMMUNAUTAIRE



Fédération des
télévisions communautaires
autonomes du Québec

Étude réalisée à la demande de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec :

<http://www.fedetvc.qc.ca>



227, Notre-Dame Est
Victoriaville (Québec) G6P 4A2
Téléphone : 819 604-7900 / Sans frais : 1 888 739-1616
Site Web : <http://www.fedetvc.qc.ca> / Courriel : fedetvc@fedetvc.qc.ca

La Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec est financée par le ministère de la Culture et des Communications du Québec :



1431, rue Fullum / bureau 106
Montréal (Québec) H2K 0B5
Téléphone : 514 259-7714 / Sans frais : 1 866 259-7714
Télécopieur : 514 259-7189
Site Web : www.csmoesac.qc.ca / Courriel : info@csmoesac.qc.ca

Avec la contribution financière de :



Étude réalisée par : Lynda Binhas, Ph. D., chargée de projet Recherche et analyse
Comité sectoriel de main-d'oeuvre - Économie sociale et action communautaire

Conception graphique : Odette Trépanier, chargée de projet Communication
Comité sectoriel de main-d'oeuvre - Économie sociale et action communautaire

ISBN : 978-2-922510-54-6

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec, 2016

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada, 2016

© CSMO-ÉSAC, avril 2016

LISTE DES FIGURES

Figure 1 _ Sexe des répondants	8
Figure 2 _ Âge des répondants	8
Figure 3 _ Niveau de scolarité des répondants	9
Figure 4 _ Revenu annuel familial brut	9
Figure 5 _ Fréquence hebdomadaire d'écoute	10
Figure 6 _ Média d'écoute informatique utilisé	14

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 _ Répartition régionale des répondants	7
Tableau 2 _ Répartition hebdomadaire de l'écoute de la programmation	12
Tableau 3 _ Répartition quotidienne de l'écoute de la programmation	13
Tableau 4 _ Écoute fréquente des différents types d'émission	13
Tableau 5 _ Écoute régulière des différents types d'émission	14
Tableau 6 _ Écoute plus fréquente selon le type de média de diffusion	15
Tableau 7 _ Autres sources d'information consultées	16
Tableau 8 _ Comparatif entre toutes les sources d'information	16
Tableau 9 _ Sources d'information sur la programmation de la télévision communautaire	17
Tableau 10 _ Utilité de la télévision communautaire	19
Tableau 11 _ Adéquation du type de programmation	19
Tableau 12 _ Niveau de satisfaction rattaché à la qualité des émissions	20
Tableau 13 _ Niveau de satisfaction rattaché au contenu des émissions	20
Tableau 14 _ Niveau de satisfaction rattaché à l'ensemble de la programmation	20

1

LES VISÉES DE L'ÉTUDE

À la demande de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec, le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'économie sociale et de l'action communautaire (CSMO-ÉSAC) a réalisé une seconde édition² de la mesure d'impact social des télévisions communautaires. Dans le but de faciliter la consultation des deux éditions de la mesure d'impact des télévisions communautaires, le recueil de données et informations pour les besoins de la présente édition a été effectué par l'administration de l'outil élaboré pour la réalisation de la première édition. Cet outil a, cependant, été mis à jour en y intégrant des questions visant à documenter l'utilisation de l'Internet pour suivre la programmation diffusée par les télévisions communautaires.

La Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec a opté pour une mesure d'impact social afin de pourvoir ses membres, soit les télévisions communautaires autonomes, de données fiables quant à l'utilité sociale de ces dernières. En tablant sur ces données et sur les résultats de la présente étude, la Fédération et ses membres seront plus outillés, notamment dans le cadre de représentations ou interventions auprès des bailleurs de fonds et autres partenaires nationaux, régionaux, locaux.



2 LA MÉTHODOLOGIE

L'administration téléphonique du questionnaire² nous a permis de joindre, à l'échelle de la province, 150 téléspectateurs et téléspectatrices de l'une ou l'autre des 39 télévisions communautaires autonomes du Québec membres de la Fédération. La stratégie d'échantillonnage a été déterminée par le nombre d'abonnés et par la distribution régionale des télévisions communautaires autonomes sur le territoire de la province. Comparativement à l'édition 2007, nous n'avons pas été en mesure de joindre un grand nombre de téléspectateurs et téléspectatrices³, ce qui a eu un impact sur la distribution géographique de ceux-ci. Cependant, le

nombre de téléspectateurs et téléspectatrices joints place la marge d'erreur à 7,7 % ce qui assure d'une fiabilité des résultats et permet de les généraliser à l'ensemble des téléspectateurs et téléspectatrices des télévisions communautaires autonomes à l'échelle de la province.

La majorité des répondants, joints pour les besoins de l'étude, résident dans les régions de la Montérégie (26 % des répondants), de Montréal (15 %) et de la Capitale-Nationale (11 %).

¹ La première édition a été réalisée et publiée en 2007.

² L'administration téléphonique du questionnaire, confiée à la firme BIP (Bureau d'intervieweurs professionnels), a été effectuée entre les mois de mai 2015 et juillet 2015.

³ Pour la réalisation de la mesure d'impact de 2007, nous avons eu accès aux listes d'abonnés des câblodistributeurs.

TABEAU 1 Répartition régionale des répondants



Régions	Nombre de répondants	% sur l'ensemble des répondants
Abitibi-Témiscamingue	4	3
Bas St-Laurent	8	5
Capitale-Nationale	16	11
Centre-du-Québec	5	3
Chaudière-Appalaches	8	5
Côte-Nord	3	2
Gaspésie/Iles-de-la-Madeleine	3	2
Lanaudière	11	7
Laurentides	6	4
Laval	8	5
Mauricie	1	1
Montérégie	37	26
Montréal	23	15
Outaouais	9	6
Saguenay-Lac-Saint-Jean	8	5
Total	150	100



3

LES TÉLÉSPECTATEURS ET LES TÉLÉSPECTATRICES DES TÉLÉVISIONS COMMUNAUTAIRES

La majorité des répondants sont des femmes (61 % contre 39 % d'hommes). Les téléspectateurs et téléspectatrices ayant participé à l'enquête appartiennent majoritairement aux classes d'âge des 65 à 74 ans (25 %), des 55 à 64 ans (20 %) et des 45 à 54 ans (18 %). Notons que respectivement 5 % et 6 % des téléspectateurs appartiennent aux classes d'âge des 25 à 34 ans et des 16 à 24 ans.

Enfin, un pourcentage significatif de téléspectateurs des télévisions communautaires appartient à la classe d'âge des 75 ans et plus (15 %). En moyenne et par foyer, deux personnes regardent la télévision communautaire. L'âge moyen des téléspectateurs et téléspectatrices par foyer est de 38 ans.

FIGURE 1 Sexe des répondants

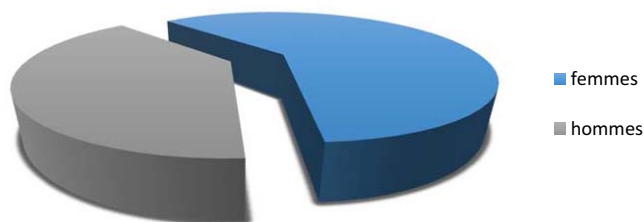
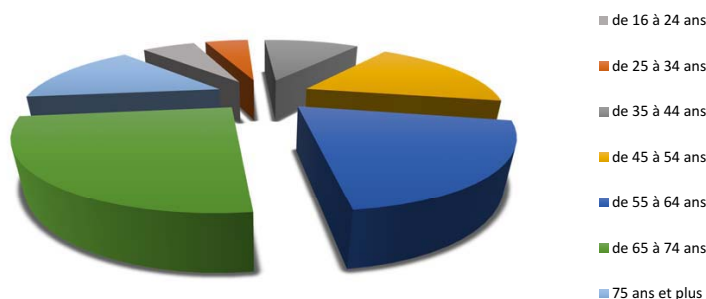


FIGURE 2 Âge des répondants



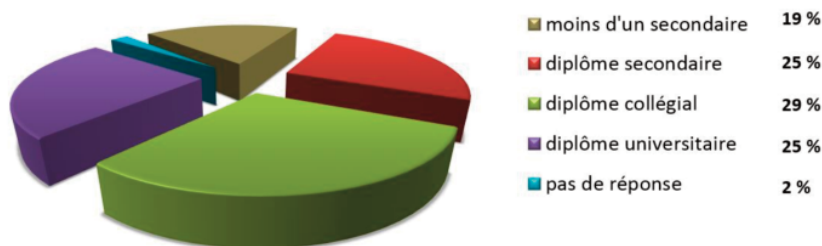
EN MOYENNE ET PAR FOYER, DEUX PERSONNES REGARDENT LA TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE.

L'ÂGE MOYEN DES TÉLÉSPECTATEURS ET TÉLÉSPECTATRICES PAR FOYER EST DE 38 ANS.

Plus de la moitié des téléspectateurs et téléspectatrices détiennent un diplôme collégial (29 % des répondants) alors respective-

ment 25 % des téléspectateurs et téléspectatrices détiennent un diplôme secondaire ou un diplôme universitaire.

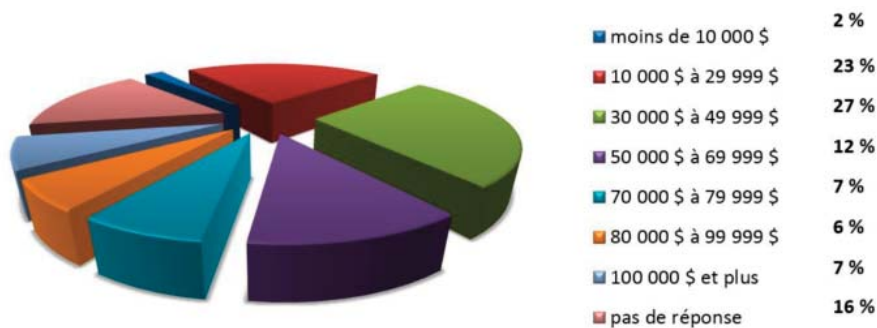
FIGURE 3 Niveau de scolarité des répondants



Sur une base annuelle, plus du quart (27 %) des téléspectateurs et téléspectatrices ont un revenu familial brut situé entre 30 000 \$ et 49 999 \$. Moins du quart (23 %) des téléspectateurs et téléspectatrices affichent un revenu annuel familial brut situé entre

10 000 \$ et 29 999 \$ alors que 12 % des téléspectateurs et téléspectatrices ont un revenu annuel familial brut variant entre 50 000 \$ et 69 999 \$.

FIGURE 4 Revenu annuel familial brut



Certains répondants (1 %) ont déjà travaillé ou été impliqués auprès de la télévision communautaire de leur région. On parle alors d'implication bénévole, de collaboration sur un projet commun, d'implication à titre de membre de la télévision communautaire, ou encore d'implication professionnelle (membre permanent de la direction, caméraman, etc.).

Un certain nombre (10%) de répondants souhaitent s'impliquer auprès de leur télévision communautaire. L'intérêt est notamment manifesté en regard de la collecte de fonds, de l'aménagement des salles, de la programmation (nouveau, conseils, etc.), en fonction des besoins de la télévision communautaire ou encore au niveau artistique (lecture de textes et autres).

Parmi les téléspectateurs et téléspectatrices ayant participé à l'enquête, seuls 3 % sont eux-mêmes ou un membre de leur famille, membres de leur télévision communautaire. Seuls 8 % des téléspectateurs et téléspectatrices ont eux-mêmes (ou un membre de leur famille) été impliqués bénévolement auprès de leur télévision communautaire. Lorsque c'est le cas, cette implication a été réalisée au niveau de l'animation, de la technique, au sein du conseil d'administration ou au niveau artistique⁴.

Près de 10% des téléspectateurs et téléspectatrices ont déjà fait appel à leur télévision communautaire. Lorsque c'est le cas, la prise de contact avec le personnel de la télévision communautaire visait, notamment, l'annonce de décès ou encore la promotion d'événements.

⁴Cette liste a été établie en fonction du nombre de mentions et en ordre décroissant.

16% des téléspectateurs et téléspectatrices ont déjà participé à une émission diffusée par leur télévision communautaire. Lorsque c'est le cas, on parle alors d'une participation...

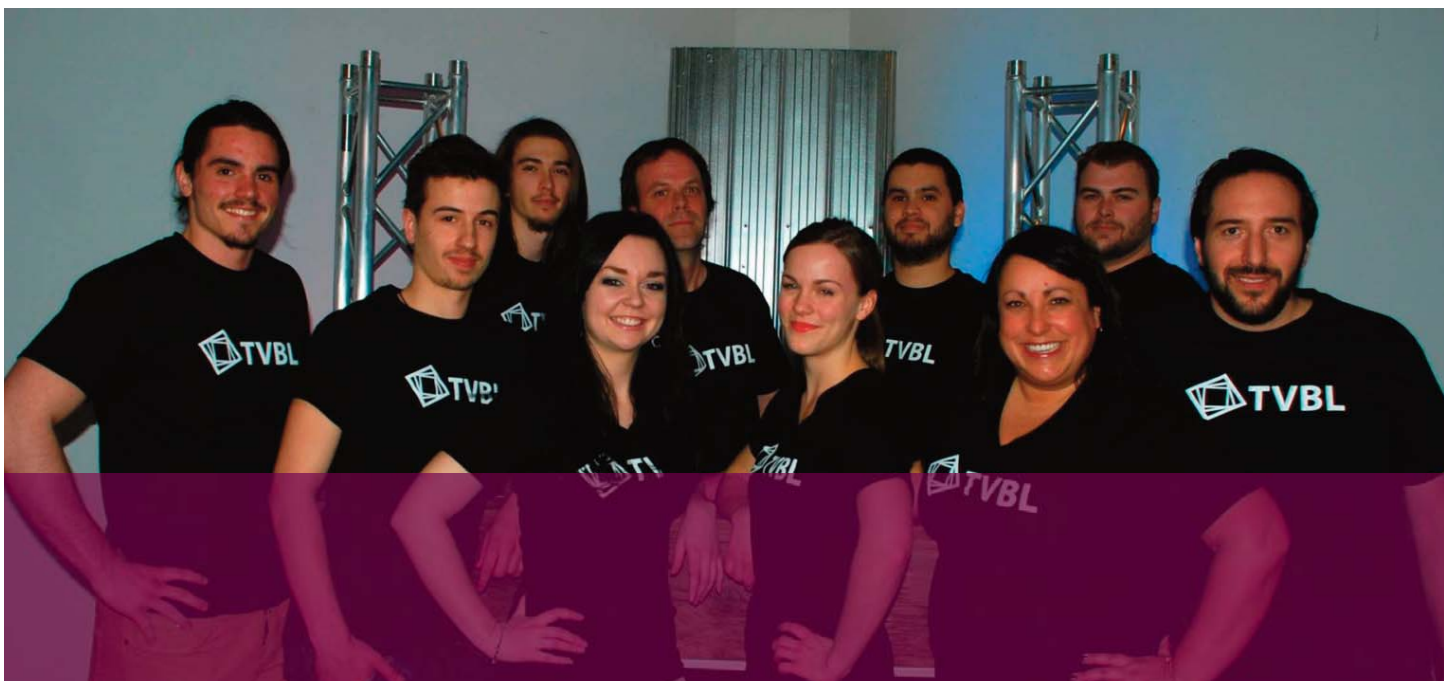
- À une émission sur les jeunes.
- Au téléthon de la région.
- À une table de discussion ou table ronde.
- Par le biais de l'implication citoyenne (implication dans la communauté).
- Dans le cadre d'une entrevue.
- Pour la promotion d'un événement.
- À titre de ressource dans le cadre d'un dossier spécifique.
- Pour la promotion d'une collecte de fonds.

Au moment de l'enquête, moins du quart (16%) des téléspectateurs et téléspectatrices étaient informés du fait qu'il était possible de devenir membre de leur télévision communautaire.

Pour près de la moitié (44%) des téléspectateurs et téléspectatrices, l'intérêt pour la télévision communautaire représente un incitatif pour l'abonnement au câble car la programmation de la télévision communautaire n'est pas diffusée via les antennes satellites et chez certains câblodistributeurs.



POUR PRÈS DE LA MOITIÉ (44%) DES TÉLÉSPECTATEURS ET TÉLÉSPECTATRICES, L'INTÉRÊT POUR LA TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE REPRÉSENTE UN INCITATIF POUR L'ABONNEMENT AU CÂBLE CAR LA PROGRAMMATION DE LA TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE N'EST PAS DIFFUSÉE VIA LES ANTENNES SATELLITES ET CHEZ CERTAINS CÂBLODISTRIBUTEURS.



4

L'ÉCOUTE DE LA PROGRAMMATION DIFFUSÉE PAR LES TÉLÉVISIONS COMMUNAUTAIRES

Les téléspectateurs et téléspectatrices regardent leur télévision communautaire ... ⁵

- Pour être informés de ce qui se passe dans leur localité ou leur région (les nouvelles, nouvelles municipales, la diffusion du conseil municipal, les reportages concernant la municipalité, la politique municipale et autres)
- Par intérêt pour la diffusion de sujets locaux.
- Pour la qualité des émissions et pour la diversité du type d'émissions.
- Pour se tenir informés des emplois offerts dans la région.
- Pour être informés des activités qui se tiennent dans la municipalité (activités culturelles, groupe de marche, chorales, offre de cours, FADOQ, etc.).
- Par intérêt pour la programmation touchant les arts (théâtre), la culture (lecture), la musique.
- Par intérêt pour les émissions concernant le budget.
- Par intérêt pour les émissions concernant le jardinage et la faune.
- Pour jouer au bingo.
- Pour la messe.
- Pour l'horoscope.



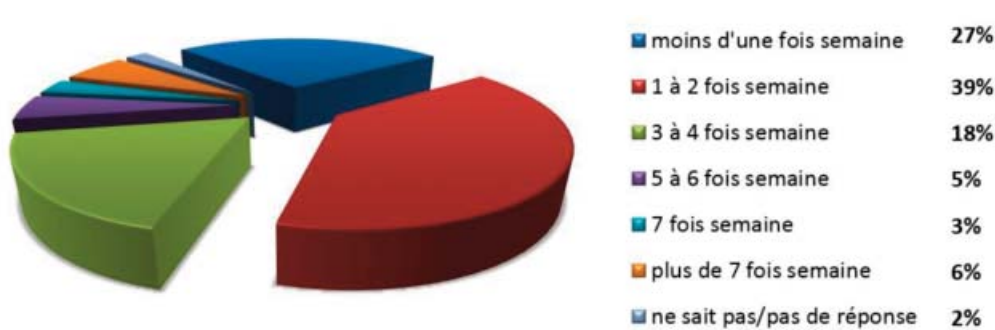
⁵ Cette liste est présentée en mentionnant en premier les éléments qui ont été le plus souvent nommés.

4.1 LA FRÉQUENCE ET LE NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE

Plus du tiers (40%), des téléspectateurs et téléspectatrices regardent la programmation de la télévision communautaire de leur région une à deux fois par semaine. Plus du quart (27%) regardent

moins d'une fois par semaine les programmes diffusés par leur télévision communautaire, alors que 18% suivent cette programmation trois à quatre fois par semaine.

FIGURE 5 Fréquence hebdomadaire d'écoute



En moyenne et sans compter les heures d'écoute de la télévision communautaire, les téléspectateurs et téléspectatrices écoutent la télévision 19 heures par semaine. Ils écoutent leur télévision communautaire en moyenne 6 heures par semaine.

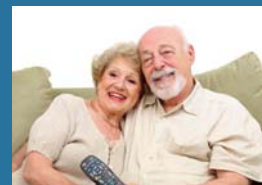
La répartition hebdomadaire de l'écoute des programmes diffusés par les télévisions communautaires est quasi équivalente en fonction du jour de la semaine. Notons toutefois que les mercredis se démarquent avec une écoute plus élevée (42% des répondants).

TABLEAU 2 Répartition hebdomadaire de l'écoute de la programmation⁶

Jours	% de répondants
Lundi	39
Mardi	34
Mercredi	42
Jeudi	33
Vendredi	37
Samedi	28
Dimanche	33
Ne sait pas/pas de réponse	22



⁶ Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.



LES TÉLÉSPECTATEURS ET TÉLÉSPECTATRICES ÉCOUTENT LEUR TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE EN MOYENNE 6 HEURES PAR SEMAINE.

TABLEAU 3 Répartition quotidienne de l'écoute de la programmation ⁷



Plages d'heure	% de répondants
Avant-midi	19
Après-midi jusqu'à 18 heures	28
En soirée de 18 à 21 heures	60
En soirée de 22 heures 23 heures	17
Après 23 heures	3
Ne sait pas/pas de réponse	1

Plus de la moitié (60%) des téléspectateurs et téléspectatrices écoutent la programmation diffusée par leur télévision communautaire en soirée, de 18 à 21 heures. Plus du quart (25%) l'écou-

tent en après-midi, jusqu'à 18 heures. La plage horaire la moins fréquentée est celle qui débute à 23 heures.

4.2 LES TYPES D'ÉMISSIONS

TABLEAU 4 Écoute fréquente des différents types d'émission ⁸



Types d'émissions	% de répondants
Émissions d'actualités locales et régionales	48
Émissions culturelles et artistiques	49
Émissions d'affaires publiques municipales ou régionales	34
Émissions sportives	19
Émissions religieuses	12
Événements sociaux locaux	27
Émissions pour le troisième âge	8
Émissions jeunesse	15
Télébingo	8
Autres types d'émission	16

Les émissions culturelles et artistiques (49% des répondants) ainsi que les émissions d'actualités locales et régionales (48%) diffusées par les télévisions communautaires sont plus fréquemment écoutées. Plus du tiers des téléspectateurs et téléspectatrices suivent les émissions d'affaires publiques municipales ou régionales, 27%

suivent les événements sociaux locaux et 19% les émissions sportives diffusées par leur télévision communautaire. À l'autre extrême, on retrouve les émissions pour le troisième âge (8%) et le télébingo (8%).

⁷Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

⁸Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

TABLEAU 5 Écoute régulière des différents types d'émission ⁹

Types d'émission	% de répondants
Émissions d'actualités locales et régionales	41
Émissions culturelles et artistiques	39
Émissions d'affaires publiques municipales ou régionales	17
Émissions sportives	10
Émissions religieuses	5
Évènements sociaux locaux	3
Émissions pour le troisième âge	1
Émissions jeunesse	5
Télébingo	5
Autres types d'émission	29

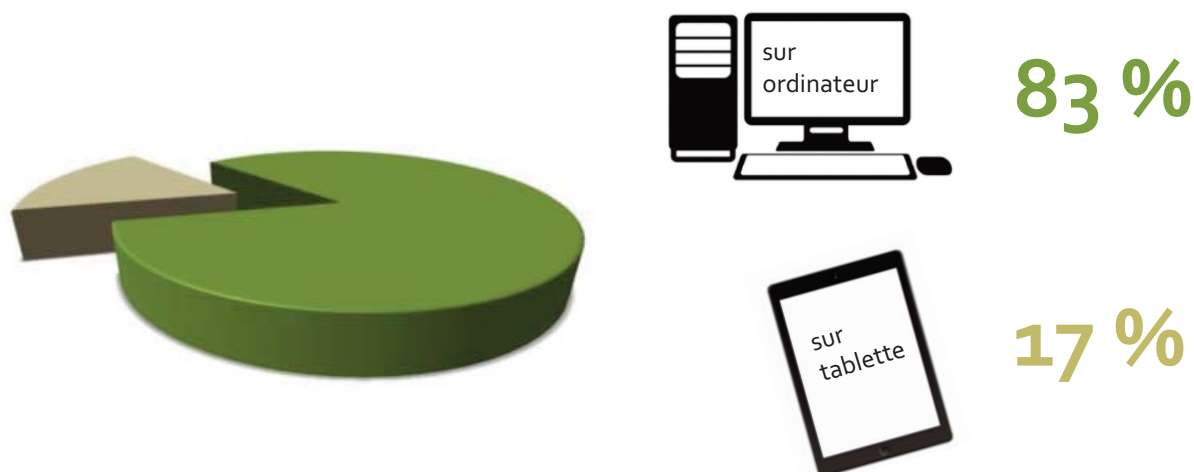


Parmi les autres types d'émissions écoutés sur une base régulière, on retrouve plus spécifiquement, les jeux-questionnaires, les reportages, les émissions de service, les émissions de cuisine, les émissions sur la chasse et la pêche.

L'écoute des différents types d'émissions diffusés par les télévisions communautaires se fait sur une base régulière, ce qui dénote une fidélité d'écoute étendue. Toutes proportions gardées, la régularité d'écoute (tableau 5) suit une tendance similaire à la fréquence d'écoute (tableau 4). Notons cependant que la régularité d'écoute s'ajuste plus spécifiquement à la fréquence d'écoute pour les émissions d'actualités locales et régionales (48% contre 41%), les émissions culturelles et artistiques (49% contre 39%), les émissions sportives (19% contre 10%) et pour le télébingo (8% contre 5%).

Quel que soit le ou les types d'émissions regardées, les téléspectateurs et téléspectatrices les suivent principalement parce qu'elles concernent la localité ou la région, parce que les émissions sont instructives, intéressantes, tout en étant « *proches des gens* ». Elles tiennent le téléspectateur informé à tous les niveaux (pas exclusivement par le biais des bulletins d'informations) et « *parlent de la vie de tous les jours* ». Les autres émissions y contribuent et facilitent l'implication dans la localité ou la région. « *La télévision communautaire est moins commanditée par les grandes entreprises* ». « *La télévision fait partie de notre patrimoine* ». « *Je suis né dans la région et j'aime écouter ce que les gens de ma région ont à dire* ».

FIGURE 6 Média d'écoute informatique utilisé




Rares (4%) sont les téléspectateurs et téléspectatrices qui écoutent des émissions de leur télévision communautaire sur Internet. Lorsque c'est le cas, cette écoute se fait majoritairement à partir d'un ordinateur (83% des 4%) et une faible minorité (17% des 4%) utilise une tablette. En moyenne et parmi les téléspectateurs qui utilisent Internet pour l'écoute de la programmation diffusée par leur télévision communautaire, 43% du temps d'écoute de cette programmation se fait sur Internet.

Les raisons pour lesquelles les téléspectateurs et téléspectatrices n'écoutent pas les émissions de leur télévision communautaire sur Internet relèvent ...

- D'un non-abonnement à Internet.
- D'un manque d'intérêt pour Internet.
- D'un manque d'attrait pour Internet.

- De la méconnaissance quant à la possibilité d'écoute de la télévision communautaire sur Internet.
- D'une habitude installée (regarder la télévision sur le poste de télévision et non sur Internet).
- De la différence de grandeur d'écran (entre la télévision et Internet).
- Du fait que l'Internet est un outil de travail.

TABLEAU 6 Écoute plus fréquente selon le média de diffusion ¹⁰



Types de média	% de répondants
Tablette	67
Téléphone intelligent	33
Aucune différence d'écoute	33

Un pourcentage significatif (67%) des téléspectateurs et téléspectatrices écouterait plus souvent la télévision communautaire de leur région si celle-ci était offerte sur tablette. Le tiers (33%) des répondants l'écouterait plus souvent si la diffusion de la programmation se faisait sur téléphone intelligent. Enfin, le tiers (33%) des téléspectateurs et téléspectatrices n'écouterait pas plus souvent leur télévision communautaire si elle diffusait sa programmation sur tablette et/ou sur téléphone intelligent.

Du point de vue de 63% des téléspectateurs et téléspectatrices de télévision communautaire, celle-ci est un des moyens privilégiés pour se tenir informés de ce qui se passe dans sa propre localité ou région. Elle est incontournable en ce qui concerne la prise d'informations, à jour, sur la localité ou la région. Elle l'est aussi pour la rapidité de traitement et pour la qualité de l'information diffusée. « C'est notre moyen de communication. Ça se passe chez nous ».

DU POINT DE VUE DE 63% DES TÉLÉSPECTATEURS ET TÉLÉSPECTATRICES DE TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE, CELLE-CI EST UN DES MOYENS PRIVILÉGIÉS POUR SE TENIR INFORMÉS DE CE QUI SE PASSE DANS SA PROPRE LOCALITÉ OU RÉGION. ELLE EST INCONTOURNABLE EN CE QUI CONCERNE LA PRISE D'INFORMATIONS, À JOUR, SUR LA LOCALITÉ OU LA RÉGION.



¹⁰ Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

TABLEAU 7 Autres sources d'information consultées¹¹



Sources d'information	% de répondants
Le journal local ou régional	57
La partie régionale des journaux (quotidiens)	9
La radio	20
L'actualité régionale des grands réseaux de télévision	19
Autres	27

Plus de la moitié (57%) des téléspectateurs et téléspectatrices de télévision communautaire consultent le journal local ou régional afin d'être tenus informés sur leur région ou localité, alors que pour 20% des téléspectateurs et téléspectatrices de télévision communautaire la radio constitue cette source d'information. La partie régionale des journaux (quotidiens) est consultée par seulement 9% des répondants.

Plus du quart des répondants (27%) consultent d'autres sources d'information. Parmi celles-ci figurent notamment Internet, les réseaux sociaux, les amis/les connaissances et les journaux.

TABLEAU 8 Comparatif entre toutes les sources d'information¹²



Sources d'information autres que la télévision communautaire	% de répondants
Complémentaires aux émissions diffusées par la télévision communautaire de la région	31
Plus complètes et plus détaillées que les informations diffusées par la télévision communautaire de la région	31
Moins complètes et moins détaillées que les informations diffusées par la télévision communautaire de la région	10
Plus faciles à consulter que les informations diffusées par la télévision communautaire de la région	49
Moins faciles à consulter que les informations diffusées par la télévision communautaire de la région	4
Ne sait pas/pas de réponse	7

Près de la moitié (49%) des téléspectateurs et téléspectatrices de télévision communautaire considèrent que les autres sources d'information (voir tableau 7) sont plus faciles à consulter que les informations diffusées par la télévision communautaire de leur région. Les avis sont partagés quant aux caractéristiques des informations diffusées, puisque 31% des répondants estiment que les autres sources d'information viennent compléter les émissions diffusées par la télévision communautaire et que 31% des répondants considèrent que les autres sources d'information sont plus complètes et plus détaillées que ne le sont les informations diffusées par la télévision communautaire de leur région. Notons que, respectivement, 10% et 7% des téléspectateurs et téléspectatrices de télévision communautaire estiment que les autres sources d'in-

formation sont moins complètes/moins détaillées et moins faciles à consulter que les informations diffusées par la télévision communautaire.

Du point de vue des téléspectateurs et téléspectatrices, les sources d'information autres que la télévision communautaire sont plus larges, plus détaillées et plus précises. Elles touchent autant les régions, le provincial, le national et l'international. Pour certains, la lecture des informations et articles en facilite la compréhension. De plus, la consultation des médias écrits permet d'aller directement aux informations ou nouvelles qui ont un intérêt pour le lecteur.

¹¹ Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

¹² Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

Pour le tiers des répondants à l'étude, les sources d'information autres que la télévision communautaire semblent être plus faciles à consulter puisque ...³³

- On peut consulter plusieurs fois le même journal et à tout moment.
- Le journal est livré à domicile.
- On retrouve dans les journaux toutes les adresses pertinentes.
- Tout se retrouve dans les journaux (information complète).
- Il est possible de consulter les journaux sur Internet.
- Les autres sources d'information ne nous tiennent pas captifs à domicile.
- La consultation des journaux diminue le temps passé devant la télévision.
- On peut écouter la radio indépendamment de l'endroit où on se trouve (plus grande flexibilité).

Pour d'autres, la télévision communautaire aborde des aspects qui ne sont pas traités par les médias écrits. Elles traitent l'information plus en détail (comparativement aux médias écrits et à la radio) et donnent un accès visuel à l'information, à la nouvelle. La télévision communautaire couvre spécifiquement la localité, la région. Le langage utilisé dans les émissions diffusées par les télévisions communautaires est plus accessible. Par ailleurs, il est plus aisé de suivre les nouvelles à la télévision, ce qui évite une consultation complète des journaux afin d'y trouver les informations ou nouvelles qui ont un intérêt pour le lecteur. La télévision est « *plus intéressante et plus vivante* ».

Il n'est donc pas étonnant de constater que 57% des téléspectateurs et téléspectatrices de télévision communautaire la considèrent comme une alternative aux autres médias. Ainsi, les téléspectateurs et téléspectatrices considèrent que la télévision communautaire ...

- Donne accès aux informations complètes à l'échelle locale ou régionale.
- Donne accès à des nouvelles mises à jour durant la journée.
- Donne accès au contenu que l'on peut écouter et qui est complété par un visuel (support visuel et audio).
- Est produite localement et par des personnes de la région.
- Est marquée par une « *neutralité médiatique* ».
- Est « *plus complète et plus ouverte* ».
- Est plus « *authentique* ».
- Produit une information de qualité.

Pour d'autres (38%), l'écoute de la télévision communautaire se fait pour la prise d'informations concernant la localité ou la région, alors que les autres médias sont utilisés pour le divertissement. De leur point de vue, la programmation de la télévision communautaire aurait avantage à être plus documentée. Pour certains téléspectateurs et téléspectatrices, la télévision communautaire aurait avantage à diffuser un contenu moins local.

TABLEAU 9 Sources d'information sur la programmation de la télévision communautaire⁴⁴

Sources d'information	% de répondants
L'hebdo régional	7
Le site Internet de l'hebdo régional	2
La radio locale	2
Un dépliant de la télévision communautaire	2
Le site Internet de la télévision communautaire	3
Le babillard diffusé sur le canal communautaire	13
En zappant	29
Le bouche-à-oreille	3
Autre	41
Ne sait pas/pas de réponse	10

Un pourcentage significatif (41%) de téléspectateurs et téléspectatrices s'informent sur la programmation de leur télévision communautaire en consultant le guide horaire de la télévision, le

journal ou encore TV Hebdo. Pour certains, il n'est pas nécessaire de consulter l'horaire puisqu'ils le connaissent « par cœur ».

³³ Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

⁴⁴ Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

5

LA PLACE DE LA TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE

Un pourcentage significatif (59%) des téléspectateurs et téléspectatrices se sentent plus proche de leur localité lorsqu'ils suivent les émissions diffusées par la télévision communautaire de leur région.

Un pourcentage significatif (61%) des téléspectateurs et téléspectatrices se sentent plus concernés lorsqu'ils regardent les émissions diffusées par la télévision communautaire de leur région.

Lorsqu'ils suivent la programmation de la télévision communautaire de leur région, 60% des téléspectateurs et téléspectatrices éprouvent un sentiment de fierté.

Du point de vue de 73% des téléspectateurs et téléspectatrices, la télévision communautaire contribue au renforcement de l'identité locale ou régionale.

Un pourcentage significatif (71%) des téléspectateurs et téléspectatrices estiment que la télévision communautaire de leur région fait partie du patrimoine culturel local ou régional.

Plus de la moitié (57%) des téléspectateurs et téléspectatrices se reconnaissent dans la télévision communautaire de leur région.

Dans ce sens, 64% des téléspectateurs et téléspectatrices estiment que la télévision communautaire répond à un besoin. Elle leur semble nécessaire autant pour le niveau informationnel, pour le maillage/réseautage que pour la contribution à une visibilité et pour la solidification de l'identité locale ou régionale.

De leur point de vue, la télévision communautaire ... ⁴⁵

- Diffuse de l'information de qualité pour les citoyens de chacune des localités ou régions.
- Donne accès à une connaissance générale de la localité ou de la région.
- Offre une programmation est diversifiée et sans trop de pauses publicitaires.
- Informe sur les événements tenus dans la localité ou la région.
- Informe sur la politique locale.
- Engage des animateurs et des intervieweurs de qualité.
- Permet l'insertion de publicités locales.
- Offre une programmation « instructive et intéressante ».
- Offre une visibilité aux artistes locaux.
- Offre de l'emploi à des personnes de localité ou de la région.
- Peut mettre en relation des gens de la communauté.
- Est « indépendante, objective », tout en restant dans les règles du CRTC.
- Est proche du milieu, accessible, instructive et est à jour.
- Met en valeur la localité ou la région.

⁴⁵ Cette liste est présentée en mentionnant en premier les éléments qui ont été le plus souvent nommés.

TABLEAU 10 Utilité de la télévision communautaire¹⁶

Sources d'information	% de répondants
La circulation d'informations générales sur la localité ou la région	76
La circulation d'informations à caractère culturel	75
La circulation d'informations à caractère artistique	68
La circulation d'informations à caractère sportif	60
La circulation d'informations sur les événements locaux ou régionaux	70
La visibilité (publicités des commerces, pour le tourisme, information gouvernementale, et autres)	59
La création de réseaux d'affaires locaux ou régionaux	45
La création de réseaux sociaux locaux ou régionaux	54
La diversification de l'information	62
La représentation de la région dans l'information télévisée	59
La circulation d'informations et de références sur les services locaux ou régionaux	60
La solidification de l'identité locale ou régionale	59
Autre	3



La circulation d'informations générales sur la localité ou la région (76%), la circulation d'informations à caractère culturel (75%), la circulation d'informations sur les événements locaux ou régionaux (70%) et la circulation d'informations à caractère artistique (68%) figurent parmi les éléments les plus significatifs quant à l'utilité de la télévision communautaire. Les autres niveaux d'information,

de visibilité, de réseautage social, de diversification de l'information, de représentation locale ou régionale, de référence sur les services locaux ou régionaux et de solidification de l'identité locale ou régionale contribuent aussi à l'utilité de la télévision communautaire puisqu'ils ont été ciblés par 54% à 62% des téléspectateurs et téléspectatrices ayant participé à l'étude.

TABLEAU 11 Adéquation du type de programmation¹⁷

Types de programmation	% de répondants
La circulation d'informations générales sur la localité ou la région	63
La circulation d'informations à caractère culturel	71
La circulation d'informations à caractère artistique	65
La circulation d'informations à caractère sportif	47
La circulation d'information sur les événements locaux ou régionaux	75
La visibilité (publicités des commerces, pour le tourisme, information gouvernementale, et autres)	65



Selon les téléspectateurs et téléspectatrices, les divers types de programmation offerts par la télévision communautaire sont satisfaisants, à l'exception, cependant, des émissions à caractère sportif

(47% des téléspectateurs et téléspectatrices contre entre 63% et 75% pour les autres types de programmation).

¹⁶ Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

¹⁷ Le total des pourcentages dépasse le 100%, ce qui s'explique par le fait que les répondants pouvaient cocher plus d'un choix de réponse.

TABLEAU 12 Niveau de satisfaction rattaché à la qualité des émissions



Niveaux de satisfaction	% de répondants
Très satisfaisant	13
Satisfaisant	61
Moyennement satisfaisant	20
Peu satisfaisant	3
Pas du tout satisfaisant	0
Ne sait pas/pas de réponse	3

Une forte majorité (74%) des téléspectateurs et téléspectatrices communautaire de leur région est très satisfaisante (13%) ou satisfaisante (61%) jugent que la qualité des émissions proposées par la télévision.

TABLEAU 13 Niveau de satisfaction rattaché au contenu des émissions



Niveaux de satisfaction	% de répondants
Très satisfaisant	11
Satisfaisant	62
Moyennement satisfaisant	22
Peu satisfaisant	1
Pas du tout satisfaisant	1
Ne sait pas/pas de réponse	3

Une forte majorité (73%) des téléspectateurs et téléspectatrices communautaire de leur région est très satisfaisant (11%) ou satisfaisant (62%) jugent que le contenu des émissions proposées par la télévision.

TABLEAU 14 Niveau de satisfaction rattaché à l'ensemble de la programmation

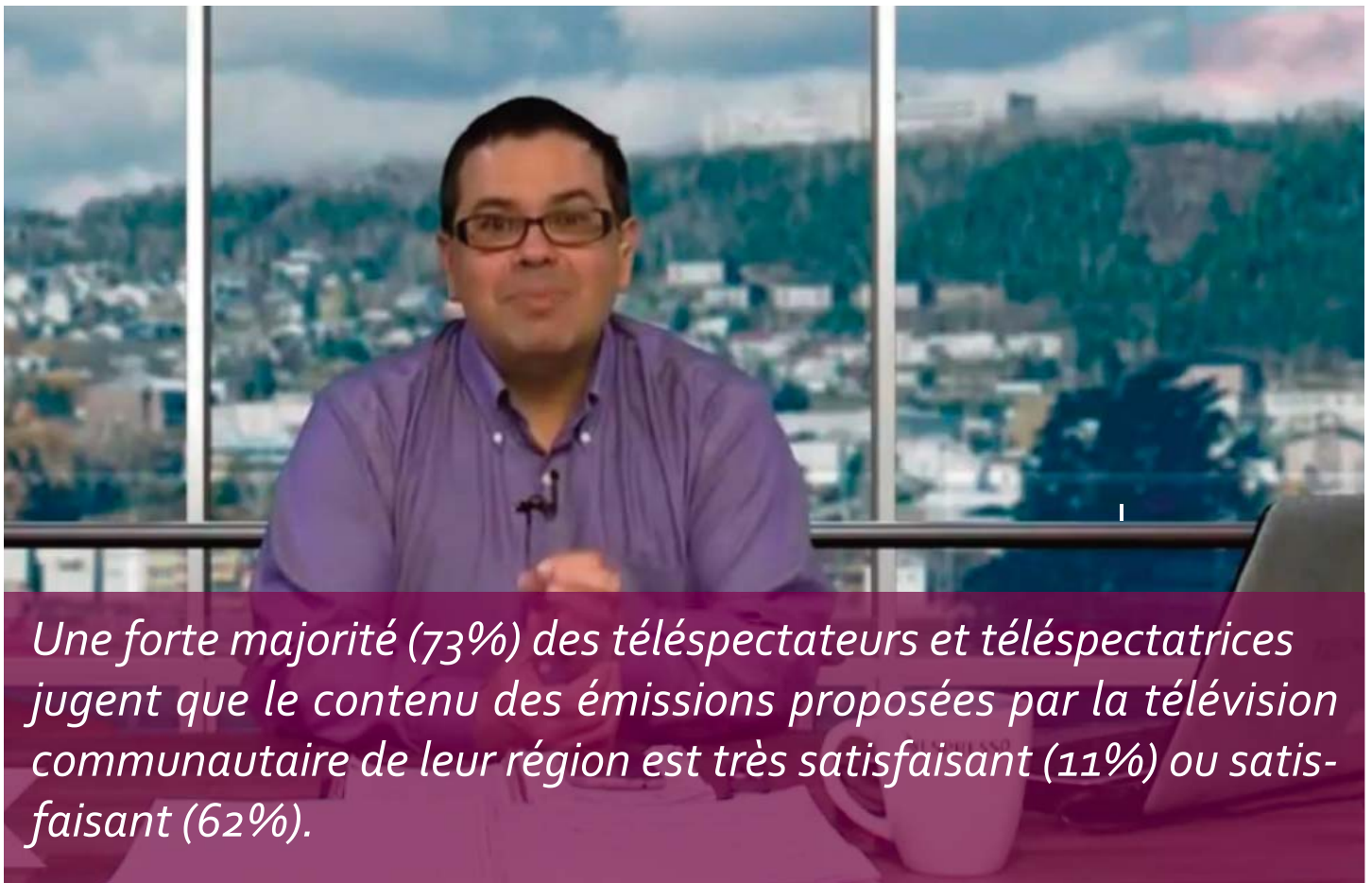


Niveaux de satisfaction	% de répondants
Très satisfaisant	11
Satisfaisant	49
Moyennement satisfaisant	28
Peu satisfaisant	4
Pas du tout satisfaisant	0
Ne sait pas/pas de réponse	8

Plus de la moitié (60%) des téléspectateurs et téléspectatrices estimation que l'ensemble de la programmation proposée par la télévision communautaire de leur région est très satisfaisant (11%) ou satisfaisant (49%).

Bien que les téléspectateurs et téléspectatrices soient conscients du fait que le financement des télévisions communautaires n'est pas adéquat, ils avancent quelques éléments d'amélioration parmi lesquels figurent, entre autres éléments l'optimisation de la programmation et la hausse du financement des télévisions communautaires, afin qu'elles puissent apporter certaines des améliorations proposées. Ainsi, pour certains, il serait pertinent ...¹⁸

- D'augmenter la visibilité de la télévision communautaire.
- De faire connaître la télévision communautaire auprès des membres de la communauté.
- De diversifier plus largement le contenu de la programmation offerte (pièces de théâtre, séries télévisées, des concerts, etc.).
- De diminuer le nombre de reprises dans la programmation.
- D'augmenter le nombre d'émissions portant sur les informations locales.
- D'augmenter le contenu culturel et artistique.
- D'augmenter la programmation destinée au tourisme et à l'attraction des touristes dans la région.
- D'augmenter la diffusion d'émissions sportives.
- D'augmenter la diffusion d'émissions sur la santé et sur l'alimentation.
- D'offrir des émissions pour les plus jeunes.
- D'informer plus largement sur la programmation (types d'émissions, horaires, etc.).
- D'adapter les horaires de la programmation aux personnes qui travaillent (ne pas viser plus spécifiquement les aînés).
- D'offrir une programmation au-delà de 23h00.
- D'offrir un contenu moins sérieux.
- D'enlever les émissions religieuses de la programmation.
- D'augmenter le nombre de publicités (afin d'informer plus largement les téléspectateurs et téléspectatrices).
- D'améliorer la qualité du son et de l'image.
- De faire en sorte que les téléspectateurs et téléspectatrices puissent donner leur point de vue sur les émissions diffusées.



¹⁸ Cette liste est présentée en mentionnant en premier les éléments qui ont été le plus souvent nommés.

6

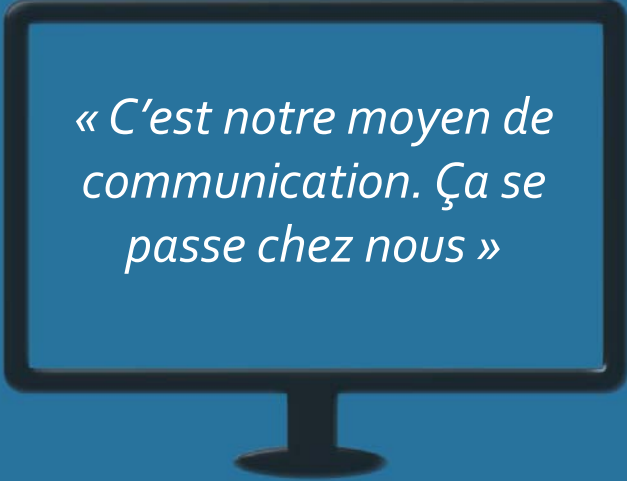
CONCLUSION

L'écoute des différents types d'émissions diffusés par les télévisions communautaires se fait sur une base régulière, ce qui dénote une fidélité d'écoute étendue. Quel que soit le ou les types d'émissions regardées, les téléspectateurs et téléspectatrices les suivent principalement parce qu'elles concernent la localité ou la région. De leur point de vue, les émissions sont instructives, intéressantes, tout en étant « proches des gens ».


Du point de vue des téléspectateurs et des téléspectatrices, la télévision communautaire est un des moyens privilégiés pour se tenir informés de ce qui se passe dans sa propre localité ou région, ce qui n'est pas envisageable par l'écoute des grands réseaux télévisés. Elle est incontournable en ce qui concerne la prise d'informations, à jour, sur la localité ou la région. Elle l'est aussi pour la rapidité de traitement et pour la qualité de l'information diffusée. La télévision communautaire est une alternative aux autres médias.

L'utilité sociale de la télévision communautaire est forte, puisque l'écoute de sa programmation rapproche les gens de leur localité, de leur région. Les téléspectateurs se sentent plus concernés que lorsqu'ils regardent la télévision nationale. Ils éprouvent un « sentiment de fierté » et estiment que la télévision communautaire répond à un besoin. Elle leur semble nécessaire autant pour le niveau informationnel, pour le maillage/réseautage que pour la contribution à une visibilité et pour le renforcement de l'identité locale ou régionale. La télévision communautaire contribue au sentiment d'appartenance à la localité ou à la région. Elle fait partie intégrante du patrimoine culturel.





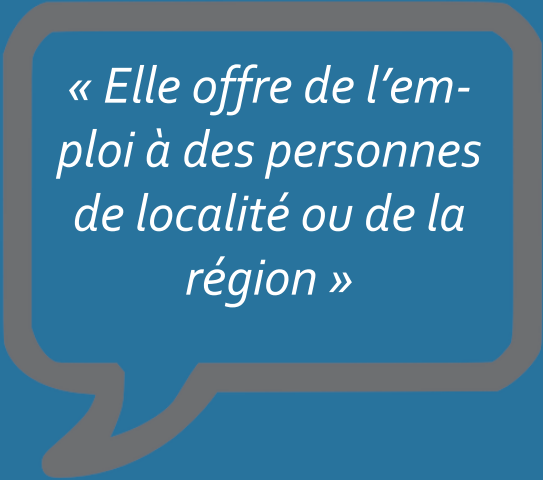
« C'est notre moyen de communication. Ça se passe chez nous »



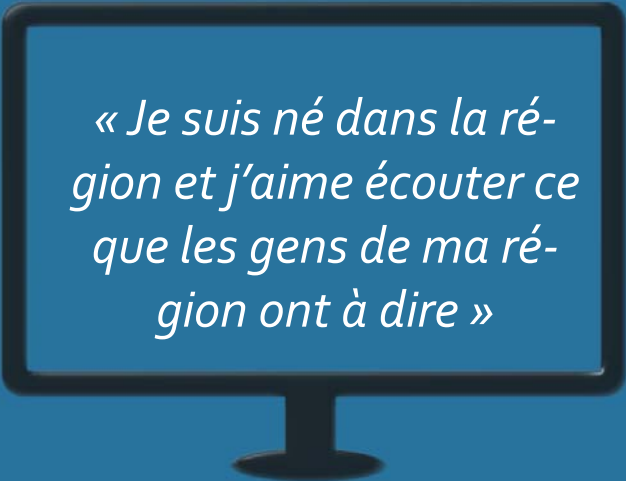
« Elle permet l'insertion de publicités locales »



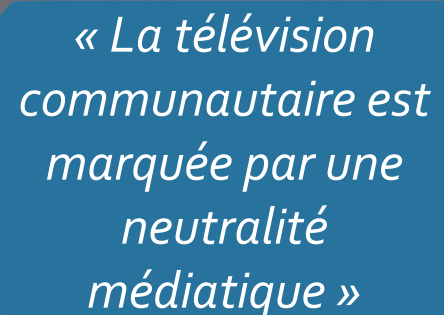
« La télévision fait partie de notre patrimoine »



« Elle offre de l'emploi à des personnes de localité ou de la région »



« Je suis né dans la région et j'aime écouter ce que les gens de ma région ont à dire »



« La télévision communautaire est marquée par une neutralité médiatique »

« La télévision communautaire est plus authentique, plus ouverte, plus complète »

