



Les médias citoyens en Rhône-Alpes

Rapport d'étape de l'étude menée par l'association MédiasCitoyens

Thierry BORDE

Président de MédiasCitoyens

www.mediascitoyens.org

Décembre 2010

Rhône-Alpes Région

SOMMAIRE

<u>Préambule</u>	p. 3
<u>Première partie : Les radios associatives</u>	p.6
I.1. Définitions, histoire	p.6
I.1.1 Définitions	p.6
I.1.2. Histoire	p.7
I.2. Fonctionnement et financement	p.10
I.2.1 Radios et territoires	p.10
I.2.2. Fonctionnement	p.12
I.2.3 Financement	p.13
I.3. Perspectives	p.16
I.3.1 Enjeux	p.16
I.3.2. La Radio Numérique Terrestre (RNT)	p.17
I.3.3. Le nécessaire soutien des collectivités territoriales	p.18
<u>Deuxième partie : Les télévisions associatives (participatives)</u>	p.19
II.1. Définitions, histoire	p.19
II.2. Les télévisions participatives : fonctionnement et financements	p.23
II.2.1. Six télévisions participatives identifiées en Rhône-Alpes	p.23
II.2.2 Le financement des télévisions participatives rhônalpines	p.24
II.3. Perspectives	p.25
I.3.1. Pour un fonds de soutien national à l'expression audiovisuelle	p.25
I.3.2. Pour un soutien accru des collectivités territoriales	p.26
I.3.3. Un réseau des télévisions participatives de Rhône-Alpes	p.27
<u>Troisième partie : La presse écrite associative</u>	p.29
III.1. Quelques éléments d'histoire	p.29
III.2. Fonctionnement et financement	p.30
III.3. Perspectives	p.33
<u>Eléments de synthèse et perspectives générales</u>	p.36

PREAMBULE

L'objet de la présente étude est de proposer un état des lieux du paysage des médias « citoyens » de la Région Rhône-Alpes. Ce premier rapport intermédiaire s'attache à tracer les grandes lignes nécessaires à la compréhension de cet autre paysage médiatique à travers les situations des différents médias qui le composent : radios, télévisions, journaux et sites web.

Il s'agit ici d'un rapport d'étape d'une étude bien plus large dirigée par Anne Benoit-Janin et Patrice Berger et, dont nous donnons une première synthèse en annexe à ce rapport. Le recensement des médias citoyens rhônalpins est en cours, nous en livrons aussi les premiers résultats en annexe. Cet état des lieux du paysage médiatique alternatif de Rhône-Alpes ne pouvait se passer d'une définition préalable de son objet : les médias « citoyens ». Il donne lieu par ailleurs à une analyse des rôles, des fonctionnements et des besoins de ces médias. Ce rapport s'attache à démontrer que ces besoins sont des revendications démocratiques que les politiques publiques ne sauraient ignorer sans conséquence sur les enjeux sociétaux que représente l'action de ces médias acteurs du développement de leurs territoires.

Il convient tout d'abord de définir la terminologie employée dans le présent rapport, par les médias eux-mêmes et par les analystes de cet univers médiatique « alternatif ». Les termes aujourd'hui les plus couramment employés pour décrire cette catégorie de médias varient : alternatifs, citoyens, associatifs, participatifs, communautaires...

L'UNESCO inscrit le développement des *médias communautaires* comme un outil essentiel dans les processus de développement local. Le Programme International pour le Développement de la Communication (PIDC) définit ainsi les médias communautaires : « *Les médias à vocation communautaire sont garants du pluralisme des médias, de la diversité de leur contenu et de la représentation de divers intérêts et groupes sociaux. Les médias communautaires permettent d'instaurer un libre dialogue et une gestion transparente des affaires publiques au plan local, et offrent une tribune aux sans-voix. Ils ont pour fondements les principes de la prise de parole publique et de la mise en commun des expériences et de l'information.* »

En France, les radios dont il est question ici sont dites « *associatives* », définies dans la loi par leurs statuts et des critères précis. Les télévisions réunies sous l'égide de la Fédération Nationale des

Vidéos de Pays et de Quartiers se définissent comme « *participatives* ». Enfin, la presse écrite a plus généralement tendance à employer l'adjectif « *alternatif* ». Même si ce dernier est utilisé aussi bien par des radios associatives ou des télévisions.

En réalité, tous les médias dont il est question ici sont à la fois alternatifs, associatifs et participatifs. Ils sont associatifs par leurs statuts ; alternatifs aux modèles dominants (« *mainstream media* ») par leurs contenus, leur fonctionnement associatif et non commercial et par les processus de production de ces contenus ; ils sont participatifs par leurs fonctionnements qui associent les citoyens.

Notons que le terme « alternatif » renvoie aussi parfois à un certain positionnement idéologique. Certains chercheurs distinguent les médias de construction sociale et les médias de contestation, les médias « expressivistes »¹ et les médias « radicaux »² ou « anti-hégémoniques »³. Ainsi, Dominique Cardon et Fabien Granjon opposent deux formes critiques : « *Une première critique, dont Le Monde Diplomatique est le représentant attitré en France, peut être appelée anti-hégémonique. Elle s'attache à mettre 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 » (...) Le second cadre d'action collective appuie sa critique sur le refus de la clôture sur lui-même du cercle des producteurs d'information et de l'asymétrie entretenue par les médias traditionnels à l'égard de leurs lecteurs/(télé-)spectateurs. Cette critique, que l'on appellera expressiviste, refuse l'accaparement de la parole par les professionnels, les porte-parole et les experts. Elle propose moins de réformer les communications de masse et le journalisme professionnel que de libérer la parole individuelle* ».

C'est de cette thèse expressiviste que se rapproche Clemencia Rodriguez lorsqu'elle propose de remplacer le concept de « médias alternatifs » par celui de « médias citoyens » (citizen media)⁴. Tous les médias rhônalpins qui font l'objet de la présente étude conjuguent les caractéristiques « anti-hégémoniques » et « expressivistes ». Mais cette seconde dimension apparaît essentielle lorsqu'on les définit comme acteurs du développement de leurs territoires. Médias locaux, ils sont

¹ Cf *Les mobilisations informationnelles dans le mouvement altermondialiste*, D. Cardon, F. Granjon – Colloque « Les mobilisations altermondialistes », Paris, 3-5 décembre 2003.

² Cf *Radical Media : rebellious communication and social movements*, John Downing – Sage Publications, 2001

³ Ce concept de contre-hégémonie prend sa source dans l'analyse de l'hégémonie culturelle formulée par Antonio Gramsci. Par « hégémonie », celui-ci décrit la domination de classe d'ordre culturel et symbolique à l'oeuvre dans les sociétés capitalistes.

⁴ *Fissures in the Mediascape*, Clemencia Rodriguez, Hampton Press - 2001

des outils de transformation sociale ancrés dans leurs territoires par des processus citoyens d'information ou d'éducation populaire. Leurs démarches et leurs modèles économiques à la marge leur permettent de produire de manière participative des contenus autres en initiant et faisant vivre tout ce qui du culturel, du social ou de l'économique ne trouve pas sa place dans le système médiatique « dominant » : économie solidaire, scènes culturelles émergentes, sciences humaines... C'est par le développement de ces médias et par ces processus que Felix Guattari pense « *une entrée vers une ère postmédia, consistant en une réappropriation individuelle collective et un usage interactif des machines d'information, de communication, d'intelligence, d'art et de culture.* »⁵

Quelque soit l'adjectif choisi pour les qualifier, ces médias appartiennent aussi à ce que certains appellent le « Tiers-Secteur ». Guy Pineau analyse ce positionnement : « *Médias critiques, les radios et télévisions associatives se présentent souvent comme un « tiers secteur » de l'audiovisuel. Tiers secteur » : sans doute, cette appellation vient-elle d'une référence, lointaine, au Tiers-État du XVIIIe siècle qui, en opposition à la noblesse et au clergé va jouer le rôle que l'on sait dans la Révolution française avant de s'investir de façon conflictuelle dans la construction du système social, politique et économique jusqu'à aujourd'hui. De façon plus récente, ce courant se situe en référence actuelle, au tiers secteur situé à l'intersection de l'économie sociale, de l'économie solidaire et d'un désir de s'exprimer (c'est-à-dire de ne plus être exclus) par/à travers des médias.* »⁶

En 2006, suite à un appel à l'organisation d'« *Etats Généraux pour une information et des médias pluralistes* », des médias indépendants et associatifs de Rhône-Alpes se réunissent à St Martin d'Hères. La même année est lancé « *l'appel de Marseille des médias du tiers-secteur* ».

Résolument ancrés dans une logique non commerciale, ces médias citoyens sont des outils d'émancipation et de transformation sociales : « Comment changer le monde si on ne change pas les médias? », s'interrogeait Blanka Ekhout⁷. Leur rôle dans le développement local est essentiel. Ils sont tous des acteurs économiques, sociaux et culturels locaux. Créateurs d'emplois, de culture et de lien social, ils sont localement des coeurs de réseaux, des lieux où se rencontrent tous les acteurs de la vie locale, où la société civile s'approprie l'espace public.

⁵ *Vers une ère post-media*; Felix Guattari - *Terminal*, n° 51, octobre-novembre 1990

⁶ *Les médias associatifs audiovisuels : bref historique et état des lieux*, Guy Pineau – Acrimed, 28 janvier 2005

⁷ **Blanka Ekhout** : actuelle ministre de la communication du Vénézuéla, ancienne présidente de *Vive Television*.

I.

Les radios associatives

I.1. Définitions, histoire

I.1.1. Définitions

- Dans le *Manuel de la Radio Communautaire*⁸, Colin Fraser et Sonia Restrepo Estrada définissent ainsi les radios communautaires : « *La radiodiffusion communautaire est un moyen de communication sans but lucratif, qui appartient à une communauté particulière qui la gère, en général par le biais d'une société, d'une fondation, ou d'une association. Son but est de servir les intérêts de cette communauté. Il s'agit en réalité d'une forme de service public de radiodiffusion, mais qui servirait une communauté plutôt que la nation tout entière, ce qui correspond à la forme habituelle du service public décrite plus haut, d'autant qu'elle repose et doit reposer essentiellement sur les ressources de la communauté.*

La communauté se définit comme un groupe de personnes qui partagent des caractéristiques et / ou des intérêts communs. La communauté d'intérêts devrait être basée sur :

- *l'appartenance à une zone géographique commune, c'est-à-dire des personnes vivant dans une ville, un village ou ayant des liens spécifiques de voisinage;*
- *le partage d'une même vie économique et sociale par le biais du commerce, du marketing, des échanges de biens et de services. (...)*

Comme on peut le constater, il n'existe toujours pas de définition ni de description unique de la radio communautaire. La situation se complique davantage du fait de la variété des termes appliqués à la radiodiffusion de proximité : radio "locale", "alternative", "indépendante", ou "libre". Tous ces termes manquent de précision. Par exemple, le terme "radio locale" pourrait également faire référence à une exploitation décentralisée, une petite station commerciale d'une chaîne publique ou d'une petite radio privée. "Alternative" et "libre" sont des termes tout aussi imprécis, même si dans le contexte de la radio, ils sont habituellement compris dans le sens d'une alternative aux médias de masse dominants, indépendants du contrôle gouvernemental. Ainsi définis, ils s'inscrivent logiquement dans le concept de radio communautaire, mais ce n'est pas

⁸ *Manuel de la Radio Communautaire*, Colin Fraser et Sonia Restrepo Estrada - UNESCO, 2001

forcément le cas.

Il existe plusieurs similitudes entre les différentes définitions de la radio communautaire qui ont été formulées. Une simple phrase, facile à retenir, suffit parfois à bien les résumer: "la radio par le peuple et pour le peuple". Cette phrase fait bien ressortir le principe essentiel pour qu'une radio soit considérée comme une vraie radio communautaire. Elle doit, premièrement, être gérée par la communauté ; deuxièmement, son but doit être de servir la communauté. »

- En France, les radios associatives, de catégorie A sont définies par le CSA :

« Catégorie A - Services associatifs éligibles au fonds de soutien

Relèvent de cette catégorie les services éligibles au fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER) dont les ressources commerciales provenant de messages diffusés à l'antenne et présentant le caractère de publicité de marque ou de parrainage sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires. Si une radio est déclarée non éligible par la commission du FSER, une fois toutes les voies de recours épuisées, elle ne peut plus légalement se revendiquer de la catégorie A.

Ces radios ont pour vocation d'être des radios de proximité, des radios communautaires, culturelles ou scolaires.

Leur programme d'intérêt local, hors publicité, doit représenter une durée quotidienne d'au moins quatre heures diffusées entre 6h et 22h. »

1.1.2 Histoire

Cette définition légale de la radio associative en France, accompagnée des dispositifs institutionnels qui l'entourent, est née d'une histoire spécifique à notre pays. Notons tout d'abord l'importance de la radio dans l'histoire de la seconde guerre mondiale et de la Résistance. Situation dans laquelle s'est développée une fonction bien spécifique de ce média, à partir de l'appel du 18 juin, et qui participe à expliquer le rapport particulier qui s'exprime inconsciemment entre le pays et son paysage radiophonique. A la sortie de la Seconde Guerre Mondiale la Radio Diffusion Française (RDF), bientôt RTF (Radiodiffusion et Télévision de France, février 49) jouera un rôle déterminant dans la diffusion d'une information publique sous la tutelle du pouvoir. Dès les années 1960 monte, surtout dans la jeunesse, un mouvement d'émancipation et de liberté exprimé en France notamment par l'émission *Salut les Copains* (1959 -1964) diffusée sur une radio périphérique (*Radio Monte Carlo*) et en Angleterre par Radio Caroline, radio pirate qui émet depuis les eaux internationales.

Mais l'histoire des radios associatives - radios « libres » - commence réellement à la fin des années 1960 (Radio Campus Lille en 1969) et prend une ampleur remarquable à la fin des années 1970.

Avant 1981

La fin des années 1970 voit l'écllosion des radios pirates réclamant la liberté de diffusion avec deux motivations majeures : la liberté musicale et la lutte sociale. D'un côté des radios vouées à faire enfin évoluer en France la diffusion des nouvelles formes de musique, de l'autre des radios nées dans les luttes : Lorraine Coeur d'Acier ou SOS Emploi dans les bassins miniers lorrains, Radio Larzac, ou encore Radio Onz'Debrouille, sur l'émetteur de laquelle eut lieu l'émission Radio Riposte de François Mitterrand en 1979.

Ce point historique est nécessaire pour comprendre les fondements mêmes qui sous-tendent l'existence d'un paysage médiatique aujourd'hui si présent, qu'on en oublie parfois le sens : outil de résistance et de libération pendant la guerre (au même titre d'ailleurs que les parutions écrites publiées clandestinement) ; outil de diffusion culturelle sans censure, outil de lutte sociale et de lien entre les citoyens, outil d'émancipation politique aussi, comme on le voit avec l'utilisation de la radio pirate – illégale – par la gauche avant 1981.

1981 – 2010 : La libération des ondes et la recomposition du paysage

Autant la naissance de la radio « libre » était motivée par ses fonctions émancipatrices aux niveaux social, culturel et démocratique, autant l'histoire des radios depuis 1981 est marquée l'évolution libérale de la société.

Peu à peu, les radios libres vont se scinder en deux familles : commerciales et associatives. Radios commerciales que rejoignirent aussi les grandes stations qui émettaient jusqu'alors en grandes ondes depuis l'étranger : RTL, RMC, Europe 1...

En novembre 1981, les radios locales privées, limitées dans leur puissance émettrice, sont autorisées en vertu d'une dérogation au monopole. Cette dérogation sera confirmée ensuite par l'adoption de la loi du 29 juillet 1982. « *Ce texte permettra une avancée du secteur associatif (sans but lucratif), mais il permettra aussi « aux coquins et aux malins » (à but très lucratif) d'avancer leur stratégie commerciale. En l'absence d'un modèle économique alternatif non commercial, les associatifs*

accueilleront, nécessité faisant loi, assez favorablement la loi de 1984 autorisant la publicité limitée pour les radios associatives locales ; sans limites pour les radios qui deviennent officiellement commerciales. », analyse Guy Pineau⁹.

Depuis, le paysage s'est confirmé dans cette dynamique. Les évolutions qui ont eu lieu tiennent surtout à la couverture du territoire et au nombre de fréquences attribuées. La dernière évolution à ce niveau est en voie de se terminer : le « plan FM + » qui a encore accru l'offre de radios dans de nombreux territoires.

Aujourd'hui, les radios privées sont classées en cinq grandes catégories par le CSA :

- Catégorie A : Radios associatives de proximité et de lien social ou communautaires, éligibles au fonds de soutien à l'expression radiophonique
- Catégorie B : Stations locales indépendantes, radios commerciales qui participent à l'animation de leur zone économique et contribuent également à l'expression locale
- Catégorie C : Stations locales ou régionales affiliées ou abonnées à des réseaux thématiques à vocation nationale
- Catégorie D : Réseaux thématiques à vocation nationale
- Catégorie E : Il s'agit des trois radios généralistes à vocation nationale, Europe 1, RTL et RMC Info. Elles existaient toutes les trois avant 1982, avec le statut de radios périphériques (elles émettaient depuis l'étranger : la Sarre, le Luxembourg, la principauté de Monaco, en exploitant des émetteurs en modulation d'amplitude sur les grandes ondes.)

La loi Traumann du 1er août 2000 définit officiellement les radios associatives comme « radios de communication sociale de proximité » : « *Le conseil supérieur de l'audiovisuel veille, sur l'ensemble du territoire, à ce qu'une part suffisante des ressources en fréquences soit attribuée aux services éditée par une association et accomplissant une mission de communication sociale de proximité, entendue comme le fait de favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socioculturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion* »¹⁰.

⁹ *Les médias associatifs audiovisuels : bref historique et état des lieux*, Guy Pineau – Acrimed, 28 janvier 2005

¹⁰ Extrait de l'article 29 de la loi n°2000-719 du 1er août 2000 relative à la liberté de communication

Il existe plus de six cent cinquante radios associatives aujourd'hui en France. 71 d'entre elles sont situées en Rhône-Alpes.

I.2. Fonctionnement et financement

I.2.1. Radios et territoires

En Rhône-Alpes, il existe 71 radios associatives : 6 dans l'Ain, 5 en Ardèche, 9 dans la Drôme, 26 dans l'Isère, 9 dans la Loire, 13 dans le Rhône, 5 en Savoie, 6 en Haute-Savoie (certaines radios émettant sur plusieurs départements sont recensées plusieurs fois)

Une répartition territoriale relativement équilibrée, où l'Isère, plus grand département rassemble plus du tiers des radios (26 sur 71), le Rhône, département le plus peuplé mais le plus petit réunit 13 radios sur 71.

L'évaluation de cette répartition ne peut se faire que dans la prise en compte de la réalité des bassins de population et de la géographie de la région. Cet examen montre toutefois des lacunes dans la couverture régionale, notamment dans les zones rurales : 5 radios en Ardèche et en Savoie, 6 en Haute-Savoie, où les zones géographiques, morcelées, appelleraient à davantage de couverture et où certains territoires auraient besoin d'outils de développement local tels que les radios.

Le paysage des radios en Rhône-Alpes évolue peu. Les dernières nées des radios de catégorie A dans la Région sont Radio d'Ici, Radio Zig-Zag, Radio Pixel qui obtinrent leurs fréquences permanentes en 2000, et Radio Alto en 2006.

Le dernier appel à fréquences lancé cette année par le CSA dans le cadre du « plan FM+ » devrait modifier partiellement le paysage et donner leur place à quelques radios associatives nouvelles, actuellement en projets.

Le soutien octroyé par la Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire (CRESS) aux nouveaux projets de radios ces dernières années montre l'importance de la radio comme outil au service du développement local. Depuis 2010, la CRANC-RA est d'ailleurs de nouveau adhérente à la CRESS, remplaçant en cela le CORREX, ancienne fédération des radios associatives rhônalpines. Les radios associatives sont par ailleurs représentées aux niveaux national et régional au sein de l'USGERES (Union de syndicats et groupements d'employeurs représentatifs dans l'économie

sociale).

Cet attachement à l'économie sociale et solidaire est mû d'abord et avant tout par la volonté de s'inscrire dans les dynamiques de la vie sociale, économique et culturelle des territoires.

Le territoire, pour une radio associative, est sa zone d'action : d'actions de participation citoyenne, d'éducation populaire, de formation (certaines radios associatives sont d'ailleurs agréées comme organisme de formation et d'éducation populaire) ; zone de partenariats et de mises en réseau, zone de production, de réalisation et de diffusion à la fois.

Le territoire d'une radio est sa zone de diffusion. Celle-ci est définie par la fréquence attribuée, par la puissance de l'émetteur de la radio et par les caractéristiques géographiques du territoire. De par sa diversité géographique, la région Rhône-Alpes réunit des radios aux caractéristiques territoriales fort différentes, selon qu'elles se situent en montagne, en zone urbaine, interurbaine, en plaine... La présence de zones frontalières complexifie aussi la gestion des fréquences par les autorités de régulation.

Si le siège de la radio est localisé dans une commune, son action ne concerne pas moins toute sa zone de diffusion par la volonté d'être au plus proche de tous. Les radios peuvent être présentes dans le territoire de différentes manières : en faisant participer les habitants en studio, en réalisant des reportages sur le terrain, en organisant des émissions délocalisées grâce à des techniques mobiles...

Lorsque l'on définit la radio associative selon la classification mondiale de la radio communautaire, il est alors possible de caractériser les territoires des radios comme leurs communautés. Dans les acceptions anglo-saxonnes et hispaniques des expressions « community media » ou « media comunautarios », comme dans l'usage francophone du terme « media communautaire » au Québec, la « communauté » s'entend à la fois en tant que communauté d'esprit et communauté géographique, loin du sens « fermé » donné en France au terme « communautaire ».

Aujourd'hui, la plupart des radios associatives sont présentes sur internet et développent ces autres modes de diffusion que sont le streaming et le podcast. Cette nouvelle pratique demande aussi le développement d'un contenu autre intégrant des données associées qui peuvent être écrites ou vidéos.

Les radios associatives ne reconnaissent pas l'audience comme un outil de mesure pertinent. Cet

outil purement quantitatif ne peut en effet rien signifier quant à la réalité d'une action territoriale qui ne se limite pas à la seule diffusion de programmes sur la bande FM. (L'institut *Médiamétrie* a développé un sondage plus adapté aux radios associatives, qui reste toutefois sujet à beaucoup de réticences de la part des acteurs des radios.)

I.2.2. Fonctionnement

Association de Loi 1901 à but non lucratif, une radio de catégorie A est donc gérée par un conseil d'administration responsable des orientations et de la ligne éditoriale de la radio.

Il est difficile pour une radio de catégorie A d'exister et de se développer sans salarié, ne serait-ce que par la contrainte de produire quotidiennement quatre heures de programmes propres. En Rhône-Alpes, les situations sont là encore très diverses, et, selon les radios et les périodes, on peut dénombrer de 1 à 10 salariés, répartis entre contrats de travail « traditionnels » et contrats aidés. Le nombre de salariés par structure est variable, en particulier selon les possibilités d'embauche en contrats aidés ou qualifiants. La moyenne générale se situe entre 2 et 3 salariés.

La part bénévole est fondamentale dans le fonctionnement de ces radios. Elle se divise en deux démarches distinctes : la participation directe de bénévoles ou d'équipes de bénévoles qui prennent en charge des émissions, des plages horaires, ou la participation bénévole de groupes accompagnés dans le cadre de projets spécifiques passant généralement par des partenariats avec des structures associatives, scolaires, d'éducation populaire, de participation citoyenne, culturelles, économiques... Par les interactions qu'ils génèrent, ces partenariats sont essentiels dans la dynamique créée dans le territoire. Le nombre de bénévoles dans les radios est variable, quelques dizaines en moyenne et peut atteindre plus d'une centaine (Radio Pluriel compte 120 bénévoles par exemple).

Comme pour la télévision, la caractéristique de la radio est son besoin, pour fonctionner, de matériel et de savoir-faire technique.

Les radios ont donc besoin d'un local abritant bureaux et studios d'enregistrement. Elles possèdent ou louent, généralement dans un endroit spécifique du territoire, un ou des émetteurs pour la diffusion. Les compétences techniques requises pour le bon fonctionnement d'une radio vont donc de la maîtrise du processus d'enregistrement en studio ou en extérieur, à celle des techniques de diffusion (hertzienne mais aussi aujourd'hui, de diffusion par internet) en passant par le montage audio.

Outre les savoir-faire techniques, le bon fonctionnement de la radio demande à la fois des

compétences journalistiques, d'animation et de formation. De plus en plus, le poste de direction demande quant à lui des compétences accrues en gestion, en développement de projets et en recherche de financements.

Qu'il s'agisse de bénévoles ou de salariés, il est important de noter le rôle de formation que jouent les radios associatives : formation citoyenne d'une part mais aussi formation technique et journalistique par l'embauche de personnels dans le cadre de contrats aidés ou qualifiants, ou par l'accueil de stagiaires d'école de journalisme notamment. Certaines radios sont reconnues comme organismes de formation et d'éducation populaire et organisent des stages spécifiques d'initiation ou de perfectionnement.

Au niveau collectif, différentes instances de représentations existent, fédérant les radios associatives. La Confédération Nationale de Radios Associatives (CNRA) et le Syndicat National des Radios Libres (SNRL) sont les deux représentations nationales qui ont pour prolongement en Rhône-Alpes deux fédérations régionales : la Fédération des Radios Associatives Non commerciales de Rhône-Alpes (FRANCRA) et Liberté Radiophonique en Rhône-Alpes (LIRRA). Ces deux fédérations sont regroupées sous l'égide de la Confédération des Radios Associatives Non Commerciales de Rhône-Alpes (CRANC-RA). La CRANC-RA est elle-même adhérente à MédiasCitoyens et à la Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire ((CRESS). Au niveau international, l'Association Mondiale des Associations de Radio-diffuseurs Communautaires (AMARC) est vouée à fédérer l'ensemble des radios communautaires – associatives.

I.2.3. Le financement des radios associatives

Le financement des radios de catégorie A est assuré majoritairement par le Fond de Soutien à l'Expression Radiophonique (FSER), la publicité et les collectivités locales.

Le Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique (FSER)

Créé en 1982, le Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale (FSER) a pour objet de permettre aux radios associatives locales d'assurer leur mission de communication sociale de proximité, grâce à des aides prévues à l'article 80 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Les subventions du FSER sont attribuées par le ministre de la culture et de la communication chargé de la communication aux radios locales associatives

accomplissant une mission de communication sociale de proximité, dont les ressources publicitaires sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires total.

La mission de communication sociale de proximité est entendue comme le fait de favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socioculturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion. Auparavant financé par une taxe sur la publicité audiovisuelle, le FSER est depuis l'an passé financé directement par le budget du ministère de la culture et de la communication suite à la réduction de la publicité sur les télévisions publiques.

Le FSER distribue quatre types d'aides :

-Une subvention d'installation attribuée aux radios titulaires d'une première autorisation d'exploitation. Son montant ne peut excéder 16 000 €, elle ne peut être accordée qu'une seule fois.

-L'aide au fonctionnement : une subvention annuelle de fonctionnement attribuée sous réserve que la radio ne perçoive pas plus de 20% de son chiffre d'affaires en recettes publicitaires. Son montant peut varier de 3800 Euros à 40000 Euros, selon les produits. Ce barème est fixé par la commission du FSER.

-Cette aide automatique peut être bonifiée par une aide sélective attribuée en fonction de leurs actions dans les domaines suivants : la diversification des ressources, la formation professionnelle des salariés et la consolidation des emplois, la culture et l'éducation, les actions collectives en matière de programme l'intégration et la lutte contre les discriminations, l'environnement et le développement local, la part des émissions produites par la radio.

-L'aide à l'équipement est destinée à contribuer au financement du renouvellement du matériel des radios éligibles au FSER à hauteur de 50 % maximum du montant hors taxes du matériel et dans la limite de 18 000 € par période de cinq ans.

La publicité

Les radios associatives sont autorisées à percevoir moins de 20% de leur chiffre d'affaire en recettes publicitaires. Toutefois la réalité des pratiques est diverse. D'une part de nombreuses radios refusent totalement la publicité pour des raisons évidentes d'indépendance face au système commercial,

d'autre part parce que selon les territoires et les capacités des radios à générer et gérer la publicité, toutes ne profitent pas de la totalité des ressources autorisées.

L'autorisation des radios associatives à disposer de ressources publicitaires a toujours fait débat depuis la loi de 1984 et l'amendement Delfau en 1989 autorisant la publicité sur leurs antennes et dans la limite des 20%.

Les collectivités locales

- La Région Rhône-Alpes soutient les radios associatives depuis de nombreuses années, notamment dans le cadre d'appels à projets, de projets spécifiques, d'achats de prestations ou de communication. Depuis 2008, elle a mis en place un dispositif structurel visant à abonder l'aide à l'équipement du FSE à hauteur de 25% du montant hors taxe de l'investissement.

Au niveau collectif, la Région a contracté depuis trois ans un contrat d'objectif avec la CRANCRA visant à aider la structuration régionale des réseaux de radios.

- Les Conseils Généraux peuvent aussi soutenir les radios associatives. En Rhône-Alpes, c'est le cas par exemple en Isère, où cette aide a toutefois été réduite de manière significative en 2010.

- De nombreuses radios sont soutenues par leurs communes. Soit par le biais de subventions de fonctionnement, soit par la mise à disposition de locaux ou de matériels divers.

L'EPRA

« Le groupement d'intérêt public « EPRA » a pour objet la mise en oeuvre d'une banque de programmes radiophoniques favorisant l'intégration en France des populations immigrées ou issues de l'immigration. Ces programmes, produits par les radios adhérentes au groupement, sont destinés à l'ensemble du secteur radiophonique, et en particulier aux radios associatives locales. »
(convention constitutive de l'EPRA, mars 2005)

Concrètement, l'EPRA achète aux radios associatives des productions destinées à développer cette banque de programmes.

Autres sources de financements

D'autres sources de financement ponctuelles peuvent être trouvées par la réalisation de prestations ou par la diffusion de messages d'intérêt collectif par exemple.

Les radios associatives peuvent aussi répondre à des appels à projets, demander des subventions pour des actions spécifiques. Ces demandes de subventions peuvent aussi bien concerner les collectivités locales, l'Etat, des fondations... Cette source de financement n'est pas négligeable dans un contexte où le financement des associations est de moins en moins pérenne. Mais, si le développement de projets spécifiques est bénéfique à la dynamique de chaque structure, il n'en demeure pas moins que son institution comme mode de financement régulier est précaire et dangereux. Il est à noter à ce sujet que de nombreuses radios soutenues par le FAS, le FASILD puis l'Acse s'interrogent aujourd'hui quant à la pérennité de ce soutien suite à la réorganisation de ces services. Parmi les sources de financements aléatoires et fluctuants selon les politiques publiques, le soutien apporté aux associations par les contrats aidés n'est pas négligeable. Il est actuellement aussi l'objet de vives inquiétudes.

Le niveau moyen de l'aide du FSER par radio en France se situe entre quarante et cinquante mille Euros, aide sélective comprise. Le budget total des radios associatives dépasse rarement les 100 000 Euros en moyenne. Une limite est fixée à 200 000 Euros par le FSER au-delà de laquelle l'aide au fonctionnement est minorée.

I.3. Perspectives

I.3.1 Enjeux

Les radios associatives sont confrontées aujourd'hui à de nombreux enjeux. Alors que le soutien public aux associations ne cesse de s'amoinrir, elles vont devoir s'adapter – ou poursuivre leur adaptation - aux évolutions des pratiques et usages numériques, avec l'interrogation majeure de la mise en place éventuelle de la Radio Numérique Terrestre (RNT). Face au « tout commercial » en dehors duquel elles se situent par définition, elles ont aussi aujourd'hui l'opportunité d'être des moteurs dans les secteurs de l'Economie Sociale et Solidaire, dans le développement local de leurs territoires, dans les thématiques de l'écologie, de la participation citoyenne et dans le développement de l'accès des citoyens aux technologies de l'information et de la communication. Face à ses différents enjeux est née la nécessité de progresser collectivement à travers des processus

mis en place par la CRANC-RA qui doivent être pérennisés : les échanges de programmes et de bonnes pratiques, la réalisation de programmes collectifs, la « visibilité » des radios aux niveaux régional, national et international.

I.3.2. La Radio Numérique Terrestre (RNT)

L'enjeu majeur de l'ensemble du paysage radiophonique français des prochaines années est le possible passage à la Radio Numérique Terrestre (RNT). La diffusion numérique aurait déjà dû être lancée. Mais après plusieurs reports, elle est aujourd'hui bloquée par décision gouvernementale suite à la prise de position des grands groupes privés de radio (Lagardère, Next Radio, Skyrock) contre ce mode de diffusion qu'ils jugent dépassés, préférant se préparer à la diffusion par IP mobile. A l'heure actuelle, tous les syndicats et fédérations de radios privées et associatives, les diffuseurs et le CSA se positionnent pour la RNT en cela qu'elle garantira la sauvegarde des équilibres et de la vocation démocratique de la radio. Seuls les grands groupes, sûrs de leurs futurs positionnements « leader » sur l'internet mobile ne la souhaitent pas, réagissant à une pure logique de profit.

- Au contraire de la RNT, l'internet mobile ne serait pas gratuit : son écoute et sa diffusion passeront par un opérateur de téléphonie payant et pouvant de fait influencer sur le contenu des programmes. Si les grands groupes ont la possibilité de passer des accords commerciaux avec ces opérateurs, ce n'est pas le cas des radios associatives ou indépendantes.

- La RNT offrirait l'opportunité d'augmenter significativement le nombre de fréquences sur les territoires (l'offre en milieu rural reste en effet restreinte sur la bande FM) tout en le régulant. Par les logiques commerciales et de concentration, la dérégulation sur l'internet mobile aurait comme conséquence à terme de rendre de moins en moins visibles les radios associatives et indépendantes. La RNT est donc aussi garante de la diversité des radios.

- Si la couverture qu'elle offrira ne semble pas complète, la RNT donnera toutefois la possibilité de diffuser sur davantage de territoires que l'IP mobile.

- « Que se serait-il passé en 1940, si la radio avait été diffusée par internet ? » se demandait Rachid Arhab, en charge du dossier RNT au CSA. Par internet, l'écoute de la radio n'est pas anonyme. On peut imaginer toutes les conséquences éventuelles d'une telle évolution.

Si l'on considère que la numérisation de la radio est désormais incontournable, la RNT est la seule solution pour préserver les atouts d'un paysage radiophonique constitué pour offrir à la nation un système démocratique d'accès à l'information, à la culture et aux savoirs. Il s'agit actuellement un enjeu politique majeur, pour les radios mais aussi pour l'ensemble de la population.

En tout état de cause, cette numérisation ne permettra pas de toucher la totalité des populations et des territoires, notamment dans des zones géographiques spécifiques. Les territoires montagneux de Rhône-Alpes par exemple. C'est pourquoi la volonté de passer à la RNT s'accompagne de la volonté de préserver la diffusion sur la bande FM et de la nécessité de s'adapter aux technologies et aux usages de l'internet.¹¹

La situation des zones rurales et montagneuses est en effet particulièrement en jeu dans les perspectives d'un nouveau paysage radiophonique. Les radios commerciales se désintéressant de ces territoires peu porteurs en termes de marché, les radios associatives en effet sont les seules radios en mesure d'assurer cette couverture radiophonique.

I.3.3. Le nécessaire soutien des collectivités territoriales

Quelque soit le mode de diffusion choisi, les radios auront besoin de s'adapter à ces nouvelles pratiques et usages numériques. Le modèle économique de fonctionnement va aussi évoluer avec ces pratiques. C'est pourquoi la CRANCRA mobilise aujourd'hui une étude sur la question des logiciels libres. C'est aussi la raison pour laquelle le Conseil Régional de Rhône-Alpes a décidé d'aider les radios associatives au niveau de l'investissement.

Mais les besoins des radios vont majoritairement être des besoins en fonctionnement : location d'un émetteur pour la RNT, embauche de personnels pour gérer ces nouveaux usages numériques, développer les données associées aux nouveaux modes de diffusion, créer de nouveaux outils numériques adaptés aux territoires...

Aussi les radios de Rhône-Alpes ont-elles récemment sollicité la Région pour une aide structurelle qui viendrait compléter l'aide sélective du FSER, sur les critères de celle-ci (ce type de dispositif a été mis en place dans la Région des Pays de la Loire par exemple).

¹¹ Sur la RNT : *Avenir de la radio : la Radio Numérique Terrestre en question* ; Thierry Borde, MédiasCitoyens, (www.mediascitoyens.org) 2010.

II.

Les télévisions associatives – participatives

Si les radios associatives sont clairement définies en France du fait du dispositif légal qui les soutient, il n'en n'est rien en ce qui concerne les télévisions associatives. Bien que le cadre légal déterminant la question de la radio et de la télévision ait un socle commun notamment dans la loi de 1986 sur la liberté de communication, les télévisions associatives n'ont jamais obtenu la même reconnaissance au niveau national. Bien au contraire.

Leurs vocations, leurs démarches et leurs histoires sont très proches mais « la longue marche des télévisions participatives »¹² est restée parallèle à celle des radios associatives.

Malgré une histoire riche et des expériences locales particulièrement enthousiasmantes, les parutions sur la question de la télévision participative restent très rares. Notons ici l'important travail réalisé par la Fédération Nationale des Vidéos des Pays et des Quartiers (fédération des télévisions participatives) pour tenter de combler ce manque.

II.1. Définitions, histoire

Pour la Fédération Nationale des Vidéos des Pays et des Quartiers, « *les télévisions participatives de proximité permettent aux habitants de quartiers, de villages ou de pays ruraux de s'approprier une partie de l'animation locale pour recréer du lien social. Leur fondement même est de favoriser le développement local, de renforcer l'animation et les liens sociaux, de favoriser l'insertion professionnelle et de proposer un traitement des contenus plus adapté aux besoins de proximité. Le processus même de production des programmes prend alors une importance toute particulière, la diffusion devenant alors la concrétisation du travail effectué et une des motivations à l'implication de bénévoles dans la création de programmes.*

Ces télévisions ont souvent des périodicités adaptées au rythme de leur création par les habitants (par mois, par trimestre ou même par an). Plus que des télévisions de flux occupant un canal ou une tranche horaire, il s'agit de « télévisions de rendez-vous » où chaque diffusion devient un événement. Enfin l'implication des citoyens dans ces télévisions permet une éducation à l'écriture et

¹² *La longue marche des télévisions participatives*, coordonné par Bruno Cailler, Guy Pineau, Christian Pradie – L'Harmattan 2010

à la lecture critique de l'image . »¹³

La définition que donne Antoine Dufour (*O2Zone TV*) recoupe celle-ci mais montre bien que la télévision associative peut aussi prétendre à la diffusion en flux sur des réseaux : « *Issue, au début des années 70, principalement des associations d'éducation populaire et d'animation rurale cette forme de télévision repose sur un concept de participation active des habitants et des ressources locales à la réalisation et à la ligne éditoriale d'une télévision accessible sur des réseaux et agréée par le CSA respectant donc le terme de la loi. Elle repose sur un concept où la télévision est un moyen au service du développement local et du développement collectif et personnel.*

L'antenne est alors utilisée comme un catalyseur d'énergie au service d'un territoire. De la fabrication à la diffusion, c'est toute une chaîne cohérente de coproduction, dont la diffusion n'est qu'une étape dans le processus d'animation et de développement.

En agissant d'une manière systémique sur tout ce qui touche à la vie locale, elle renforce les liens sociaux, culturels et économiques dans un souci de cohésion territoriale.

Basée sur la qualification des personnes ressources (salarié & bénévole) et des associations y participant, elle renforce les compétences globales des habitants par une pratique intégrée et continue des techniques audiovisuelles de communication.

En libérant la parole et l'image dans un cadre déontologique, la télévision participative favorise le dialogue social, le lien intergénérationnel et globalement une meilleure compréhension des problématiques locales.

La télévision participative est un outil privilégié et moderne au service de la démocratie locale. »¹⁴

Les expériences de télévision participatives se sont multipliées depuis le début de *Télé Saugeais* à la fin des années 1970. Depuis, le modèle de la « télé brouette » a été popularisé notamment par *Télé Millevaches* qui maintient et développe depuis le début des années 1980 le lien social entre les habitants du plateau des Mille Vaches. La télévision est livrée par cassettes puis Dvd au domicile même des habitants.

Ces distributions sont généralement complétées par des projections publiques, évènements populaires rassemblant les habitants autour de la diffusion de programmes de proximité.

Depuis les formes de diffusion se sont diversifiées notamment grâce à internet qui permet

¹³ **Guide des TV Participatives**, Fédération Nationale des Vidéos des Pays et des Quartiers - 2007

¹⁴ Origine de la Tv participative, Antoine Dufour – www.o2zone.tv , 2007

aujourd'hui de diffuser non seulement des reportages mais aussi un flux continu. Les réseaux câblés et TNT donnent aussi, mais de manière extrêmement marginale une place à quelques télévisions associatives.

En 2005, Guy Pineau résume ainsi l'histoire inachevée de la lutte des télévisions participatives : « *À l'époque du monopole de radio-télé-diffusion, la question des médias locaux est traitée en termes d'interdiction. Ainsi la loi Lecat de 1978, spécialement votée pour répondre à un vide juridique en matière de répression et les pouvoirs publics, dans leur combat contre les « radios libres » entendent faire respecter par tous les moyens ce monopole. Il en ira de même en matière de télévision : les premières télévisions pirates sont vite fermées.*

La fin du monopole est loin de régler la question. Si la loi de 1982 proclame dans son article premier « la communication audiovisuelle est libre », cette liberté est ambivalente ou polyvalente. Sa lecture renvoie à la fois à la liberté d'entreprendre, à la liberté d'expression audiovisuelle pour les citoyens (y compris pour ceux qui ne peuvent être des entrepreneurs au sens classique du terme), et même à la liberté d'être informé ?

Mais quelle sera la forme juridique des nouvelles télévisions ? Cette question - celle du statut de nouveaux acteurs télévisuels - n'a pas été posée, tant « la réponse allait de soi » : La réponse à une question demeurée implicite est calquée sur le modèle juridique des opérateurs nationaux : elle conduit à n'envisager que seule une société commerciale pouvait prétendre à obtenir une autorisation d'émettre. La loi de 1986 remplacera ce système par celui de l'autorisation, avec une procédure publique d'appel à candidatures.]] Par un retournement du raisonnement, lors du débat de la loi d'août 2000, le débat sur l'acceptation du statut associatif reconnu apte à obtenir une fréquence s'étendra au national. C'est ce texte qui permet aujourd'hui à Zalea TV d'être candidat à un appel à candidatures sur le TNT au plan national.

Pour autant, jusqu'à la loi d'août 2000, le statut d'association (loi de 1901) n'était pas reconnu. Une association ne pouvait répondre à un appel à candidatures du CSA, pour obtenir une fréquence de diffusion hertzienne ; cette possibilité étant réservée aux seules sociétés commerciales »¹⁵.

En 2007, deux ans après la parution de ce texte de Guy Pineau, les membres de Zalea Tv dissolvent leur association en publiant le communiqué suivant :

« Réunie en Assemblée Générale le 23 septembre 2007, l'association Zalea TV, éditrice de la télévision libre nationale du même nom, a décidé de se dissoudre parce qu'elle n'était plus du tout

¹⁵ *Les médias associatifs audiovisuels : bref historique et état des lieux*, Guy Pineau – Acrimed, 28 janvier 2005

adaptée au contexte politique et technologique actuel.

Les coups de barre à droite successifs depuis l'alternance de 2002 ont anéanti tout espoir de création d'une grande chaîne nationale de télévision alternative, non marchande et citoyenne, dans un avenir proche.

Depuis la légalisation des chaînes associatives au printemps 2000, Zalea TV a tout tenté pour se faire autoriser par le CSA en diffusion hertzienne permanente et pour être reprise sur le câble et le satellite. Mais pour des raisons qui mêlent des intérêts politiques, financiers et idéologiques, aucune véritable télévision associative diffusant les programmes du Tiers Secteur Audiovisuel n'a finalement pu voir le jour en France.

Le CSA a mis le point d'orgue à ce verrouillage en rejetant pour la troisième fois la candidature de Zalea TV à la TNT juste après les élections présidentielles de 2007. Au point où en est arrivé le PAF, c'est maintenant à une véritable refondation du système télévisuel français dans son ensemble qu'il faut œuvrer. Ce système quasi totalitaire, à la fois anesthésiant socioculturel et démobilisateur civique, nuit gravement à la vie démocratique du pays et au véritable débat d'idées.

D'autre part, la prolifération récente des sites internet de vidéos partagées apporte une solution temporaire à la libre circulation des images. Cette solution est loin d'être satisfaisante au regard du droit à l'information du grand public, mais elle a le mérite de rendre possible une assez large diffusion des productions non alignées, non formatées, non commerciales et censurées. Ce qui était l'une des missions principales de l'ONG Zalea TV. »

En juillet 2007, alors que Zaléa Tv est en train de se dissoudre, Tv Bocal est autorisée à émettre sur un canal de la TNT Ile-de-France qu'elle partage actuellement avec BDM TV, Cinaps TV et Demain TV.

Aujourd'hui, et malgré quelques expériences isolées, le système établi ne permet pas aux télévisions associatives d'accéder aux modes de diffusion télévisuels les plus courants. Pour les télévisions qui ne disposent pas d'un espace démocratique réservé comme les radios sur les ondes hertziennes, la logique « dominants/alternatifs » s'impose particulièrement dans un paysage où seules les garanties commerciales et financières comptent pour être autorisé à diffuser.

Il existe aujourd'hui plus d'une trentaine de télévisions participatives en France.

II.2. Les télévisions participatives : fonctionnement et financements

II.2.1. Neuf télévisions associatives identifiées en Rhône-Alpes

Le recensement en cours dénombre pour l'heure 9 télévisions associatives et participatives en Rhône-Alpes : *Bresse TV* dans l'Ain, *TV Ardèche* en Ardèche, *Vivé TV*, *Soli TV* et la *Télévision Paysanne* dans le Rhône et *Tvnet Citoyenne* en Savoie, *Vercors TV*, *Human Report*, *TV Quartiers* en Isère.

D'autres expériences de vidéo participative sont en voie de développement au sein de structures tierces, telles que des MJC. A l'issue de cette étude, quelques expériences auront peut-être abouti à la création de télévisions participatives.

Ces neuf télévisions ont une histoire très récente. Elles ont des formes diverses et agissent sur leurs territoires avec différents outils, différents process.

TV Ardèche développe une forme de télévision correspondant à certains schémas traditionnels : reportages, interviews sur l'actualité locale ardéchoise au plus proche des habitants. La diffusion est assurée d'une part par la vente de DVD et par internet. Son action se situe pour l'essentiel sur les territoires ardéchois.

Bresse TV développe une démarche totalement identifiée à celle des vidéos des pays et des quartiers, avec le développement local d'outils et de process participatifs dans les territoires. Plateaux participatifs, projets en partenariats avec des structures d'éducation populaire et associatives locales... Dernièrement elle a développé un nouveau concept : celui de la Cabine d'Expression Populaire, sorte de « vidéomaton » où les citoyens peuvent s'exprimer librement et anonymement sur des thématiques déterminées, adaptées au contexte de l'action. Centrée dans la Bresse, *Bresse TV* développe ses actions dans tous les pays de l'Ain.

Soli TV est une plate-forme audiovisuelle dédiée à la solidarité sous toutes ses formes locales et internationales. Elle développe de l'information et des contenus sur cette thématique au niveau global en centrant localement une action participative avec les associations de solidarité présentes dans la région. Elle développe aussi actuellement des projets de plateaux participatifs dans l'agglomération lyonnaise.

Tv Net Citoyenne : Télévision en devenir, TV Net Citoyenne développe un modèle de télévision produisant un contenu informatif local, réactif à l'actualité, pour et avec les habitants des territoires de Chambéry et d'Aix les Bains.

ViVé TV, à Grigny est une télévision qui s'est initialement développée selon un double axe de développement d'informations locales et de coopération avec la chaîne nationale participative *Vive au Vénézuéla*. Elle réalise des contenus locaux, se définit comme « école internationale de vidéo et de télévision participative ». Elle produit des informations locales, enregistre et diffuse tous les conseils municipaux de la commune. Elle bénéficie d'un fort soutien municipal.

La télévision Paysanne est une télévision consacrée aux thématiques de l'agriculture paysanne. Elle réalise principalement des documentaires vendus sur supports DVD ou mis à disposition sur internet. Elle est notamment à l'origine de documentaires comme *Qui parle de breveter le vivant ? La Déclaration d'Auzeville sur les semences paysannes et les droits des paysans...* (réalisation Honorine Perino).

Vercors TV : « *Cette Webtv est la vôtre, nous vous écoutons* » affirme le slogan de cette toute nouvelle télévision installée au coeur du Parc Naturel Régional du Vercors. Une télévision pour la mise en valeur du Vercors, de son patrimoine, de ses événements et de ses habitants. L'expérience de TV Millevaches a prouvé la pertinence de la télévision participative comme outil au service d'un parc naturel.

Human Report : Site internet édité par l'association grenobloise *EX-PRESSION*. *Ex-Pression* est une association dont le projet est de soutenir et médiatiser la voix de la société civile. Elle a pour but la création d'un média audiovisuel destiné à améliorer la visibilité des actions solidaires pour faciliter la mise en réseau des acteurs de la société civile au plan local, national et international par le moyen de l'outil audiovisuel.

TV Quartiers – Les Arpenteurs : « *Ici et là, des femmes et des hommes se lèvent et décident d'améliorer leurs conditions de vie. Ils parlent, refusent la soumission, résistent et agissent. Leurs projets sont essentiels. Ils préparent une meilleure répartition des richesses, une protection des ressources limitées de la terre, de nouvelles formes de démocratie. Les médias n'en parlent pas ou très peu... Télé Quartiers montre ce qu'ils font, ce qu'ils disent, ce qu'ils reconstruisent...* » (extrait

du site *Télé Quartiers*). *Télé Quartiers* est portée par l'association grenobloise *Les Arpenteurs*. Son activité n'est pas ancrée dans la seule région Rhône-Alpes et s'étend aux niveaux national et européen.

A noter aussi l'existence d'une télévision participative qui n'est toutefois pas - ou pas encore - sous forme associative : *Le Cri du Lac*, à Annecy. Cette télévision produit des contenus informatifs locaux, développe des cafés citoyens télévisés (autre forme de plateaux participatifs) à partir d'un café à Annecy. Pour l'instant, la forme juridique est celle, commerciale, du café dont elle est l'émergence.

II.2.2 Le financement des télévisions participatives rhônalpines

Contrairement aux radios, et malgré un cadre législatif qui pourrait leur être commun, les télévisions n'ont donc jamais bénéficié de quelconque soutien financier national. Les équipes de ces médias comportent, comme les radios, bénévoles et salariés. Le nombre de salariés est faible et peu stable, parfois nul. En l'absence de soutien structurel, ces emplois sont fonctions des possibilités d'embauches en contrats aidés et des projets développés générant des financements.

Les télévisions sont particulièrement fragilisées par ce fonctionnement par projets, qui ne donne aucune perspective de développement à long terme.

La forme actuelle de ces télévisions limite aussi considérablement les possibilités de générer des recettes publicitaires viables et pérennes.

Enfin, autre forme de financement, la prestation de service. Le savoir-faire des télévisions peut être valorisé à travers la réalisation de contenus sur commandes privées ou institutionnelles ou en réponse à des appels d'offre. Toutefois, cette forme, si elle peut être lucrative reste dangereuse. La réalisation de telles prestations se fait en lieu et place des démarches participatives et peuvent avoir tendance à ancrer la structure dans une démarche de plus en plus commerciale dans laquelle le principe citoyen et participatif risque de devenir secondaire.

Les financements des télévisions associatives se partagent donc entre l'investissement des bénévoles, les cotisations, des ventes de DVD, les prestations et les subventions obtenues dans le cadre de projets ponctuels.

Situation d'autant plus difficile que l'investissement en matériel est très conséquent pour réussir à la fois à donner la possibilité à des habitants de pratiquer la vidéo, et de garantir aussi une qualité technique optimale. Cela demande donc des investissements dans du matériel amateur d'une part, professionnel d'autre part : caméras, ordinateurs, logiciels, mais aussi tout type de matériel permettant la bonne réalisation de tournages, de plateaux, y compris le transport de ce matériel, l'activité participative de ces télévisions générant nécessairement des installations hors les murs.

II.3. Perspectives

Comme les radios associatives les télévisions sont confrontées à la baisse des financements publics, à cette nuance fondamentale près qu'elles ne disposent pas de la stabilité des financements du FSER.

Elles aussi ont aujourd'hui l'opportunité d'être des outils particulièrement pertinents dans les secteurs de l'Economie Sociale et Solidaire, pour le développement local de leurs territoires, dans les thématiques de l'écologie, de la participation citoyenne, pour l'éducation aux médias et pour le développement de l'accès des citoyens aux technologies de l'information et de la communication. Mais la reconnaissance de ce secteur est longue à venir, et le système d'accès à la diffusion ne permet pas aux télévisions associatives de pouvoir accéder à un véritable équilibre.

II.3.1. Pour un fonds de soutien national à l'expression audiovisuelle

Leur première revendication au niveau national est la mise en place d'un fond de soutien à l'expression audiovisuelle calqué sur celui des radios. Le cadre législatif de la loi de 1986 et la définition des missions du CSA, voué à garantir en France l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle, légitiment cette revendication.

De plus, les missions et les rôles des télévisions associatives sur leurs territoires et dans la configuration du paysage audiovisuel français sont complémentaires de ceux des radios, et répondent parfaitement aux critères définis par le FSER pour l'aide sélective aux radios. Cette démarche de soutien financier devrait naturellement être accompagnée d'un dispositif qui permettrait aux télévisions associatives d'obtenir des canaux de diffusion.

II.3.2. Pour un soutien accru des collectivités territoriales

L'ancrage et le rôle territorial des télévisions associatives en font des outils particulièrement pertinents du développement local. Comme les radios associatives, les télévisions assurent, par leurs missions citoyennes, une continuation du service public sur les territoires.

Certaines communes commencent à soutenir ce type de structures propices au vivre-ensemble.

Les soutiens régionaux mis en place dans différentes régions françaises prouvent la possibilité et la pertinence d'un soutien régional aux télévisions locales et associatives (cf ci-dessous l'exemple de l'Ile-de-France)

Un tel soutien local pourrait avoir la vertu d'initier une démarche qui conduirait peut-être vers une reconnaissance nationale du rôle démocratique et social des télévisions associatives.

Par ailleurs, les aides nécessaires pour pérenniser les structures existantes et inciter de nouvelles à se créer représenteraient des montants très modestes pour les collectivités.

Ce soutien pourrait se concrétiser par une aide à l'investissement d'une part, calquée sur celle distribuée aux radios ; une aide au fonctionnement par ailleurs, qui serait là encore calquée sur celle souhaitée par les radios en complément de celle octroyée par le FSER au titre de l'aide sélective. Les critères de l'aide sélective pourraient en effet être aisément appliqués aux télévisions.

Au-delà d'une aide financière, il s'agit aussi et avant tout d'un combat politique que les télévisions ont à mener pour la reconnaissance d'un média citoyen, participatif qui recréerait un équilibre dans le paysage audiovisuel français hors service public entièrement voué à des logiques commerciales influant sur les contenus et menaçant le pluralisme et les équilibres démocratiques du paysage médiatique national .

II.3.3. Un réseau des télévisions participatives de Rhône-Alpes

L'année 2011 verra la mise en place d'une réseau des télévisions participatives de Rhône-Alpes. Ce réseau devrait être à la fois adhérent au niveau régional à MédiasCitoyens et intégré au niveau national à la Fédération des Vidéos des Pays et des Quartiers.

En Ile-de-France : un exemple de soutien régional

(Extrait du site www.iledefrance.fr)

La Région a décidé de soutenir les médias audiovisuels, souvent précaires financièrement, qui contribuent à créer du lien social sur son territoire.

Parce qu'elles sont financièrement fragiles, les chaînes de radio et de télévision locales d'Île-de-France espéraient depuis longtemps un soutien régional. Depuis ce 16 octobre, c'est officiel, elles y ont droit.

Le dispositif s'applique à des médias dont le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) considère, dans une loi de septembre 1986, qu'ils accomplissent une « mission de communication sociale de proximité ». Des médias qui, à ce titre, favorisent l'expression des différents courants socioculturels, mais aussi le développement local, la protection de l'environnement ou encore la lutte contre l'exclusion.

Sont potentiellement concernées 28 radios associatives (des radios de proximité, communautaires, culturelles ou scolaires, pouvant bénéficier d'une subvention de l'État) et 14 télévisions locales, dont 7 associatives (des chaînes communautaires, généralistes de service public, de proximité, éducatives et culturelles). Toutes ont un point commun : moins de 20 % de leurs ressources proviennent de la publicité.

Pour les radios, deux aides sont prévues. La première porte sur leur équipement. Plafonnée à 15.000 euros (et attribuable une fois tous les trois ans), elle est particulièrement bienvenue à un moment où les radios doivent se convertir à la diffusion numérique. La seconde aide porte, elle, sur les frais techniques de diffusion et peut atteindre 15.000 euros aussi (une fois par exercice).

Concernant les télévisions (en particulier celles du réseau Tëlif), la Région est prête à cofinancer leurs matériels de production et de diffusion. Une chaîne peut recevoir jusqu'à 25.000 euros par an dans ce cadre. Une aide spéciale est par ailleurs prévue pour les quatre chaînes qui se partagent le canal 21 de la TNT francilienne depuis mars 2008 (BDM (Banlieues du monde) TV, Cinaps TV, Télé Bocal et Demain TV IDF). Visant à favoriser leur structuration et la mutualisation de leurs coûts de diffusion, elle est plafonnée à 100.000 euros par an si elle bénéficie aux quatre simultanément, et à 25.000 euros si elle concerne une chaîne seulement. Compte tenu de leur caractère commercial, les autres chaînes de la TNT francilienne, IDF1, NRJ Paris et Cap 24, ne peuvent prétendre, quant à elles, à aucune aide régionale.

(source : www.iledefrance.fr 17 octobre 2008)

III.

La presse écrite associative

La presse écrite se distingue plus particulièrement des deux premières formes abordées par son histoire, sa forme non audiovisuelle, ses fonctionnements et processus d'intervention sur les territoires. Toutefois, si les radios sont structurées, identifiées et définies grâce au dispositif légal qui les soutient, si les éléments de définition donnés par la fédération des vidéos des pays et des quartiers commencent à dessiner les contours de télévisions participatives finalement peu nombreuses en Rhône-Alpes, la presse écrite n'a jamais jusqu'ici été l'objet d'aucune structuration locale ni nationale. Ses définitions peuvent être variables selon les acteurs et les médias. La multiplicité de ses formes, le caractère très local de la diffusion de certains journaux (certains sont écrits et distribués au sein d'un seul quartier par exemple) et l'absence de pérennité de beaucoup d'entre eux ne permettent pas un recensement exhaustif de tous ces médias écrits rhônalpins. Il faudrait pour cela un recensement dynamique qui pourrait rendre compte d'un flux où seraient représentées les naissances et les disparitions continues, et mettant en valeur les quelques titres réussissant à trouver une pérennité par-delà les nombreuses difficultés qui caractérisent les voies de développement de la presse alternative locale.

III.1. Quelques éléments d'histoire

L'histoire de la presse écrite alternative en France reste à faire. On peut en retracer une généalogie remontant aux libelles pamphlétaires de Martin Luther pendant la Réforme, en passant par la presse révolutionnaire française, la presse satirique de caricatures du 19^{ème} siècle, puis par le développement d'une presse de critique sociale et politique engagée au niveau local ou national aux Etats-Unis et en Europe au cours des 19^{ème} et 20^{ème} siècles. Média anti-hégémonique par son histoire, il est le vecteur de toutes les résistances, de toutes les mobilisations populaires.

Journaux ouvriers ou révolutionnaires, parutions clandestines pendant la guerre, la presse écrite alternative s'est aussi particulièrement développée dans les années suivant 1968. Les années 1970 voient l'essor de ces parutions alternatives, mais les années 1980 semblent marquer la fin de cette croissance. L'engouement pour cette autre forme de média renaît dès les années 1990, sous forme imprimée mais aussi par le biais d'internet, créant aujourd'hui un paysage très disparate de sites et

de blogs se réclamant de la presse alternative.

Ces journaux se sont développés en adoptant différentes formes, différents fonctionnements. Les plus connus, devenus des repères pour l'ensemble des médias alternatifs du pays, ont souvent développé des modèles s'intégrant au système commercial de distribution traditionnel. *D'Actuel à Fakir*, en passant par le *Sarkophage* ou *Le Monde Diplomatique*, tous ces titres peuvent s'acheter en kiosque. Mais leur fonctionnement et la fidélité de leurs lecteurs leur permet de rester en dehors du système publicitaire qu'ils dénoncent comme une aliénation éditoriale. D'autres formes de diffusion se sont développées : citons par exemple le système coopératif de *L'Age de Faire*, qui vend ses titres sur les salons et par l'intermédiaire de chaque lecteur qui devient acteur de la distribution des journaux. Certains des plus « grands » titres de la presse alternative actuelle sont édités en Rhône-Alpes : *Silence*, *La Décroissance*, *Le Sarkophage*...

Internet a permis aussi l'émergence d'une nouvelle presse alternative qui cherche encore des perspectives de pérennité, notamment au niveau économique. *Médiapart*, *Rue 89* sont cités en exemples de l'essor de cette presse alternative. Mais selon les positionnements et les définitions, leur dimension « alternative » peut être contestée. Mais s'ils sont les plus cités, justement peut-être de par leur positionnement assez consensuel face au système dominant, d'autres sites renouvellent les formes de la presse alternative : *Bondy Blog*, *Indymédia*, *Rebellyon à Lyon*...

Nous nous intéresserons dans cette étude à la presse écrite alternative locale. Celle où l'information locale est produite et analysée par et pour les habitants des territoires où elle est produite.

III.2. La presse écrite associative en Rhône-Alpes : fonctionnement – financements

Sous format « papier » (terminologie que nous employons afin de les distinguer de la presse écrite internet) les journaux sont généralement distribués en dehors des circuits classiques, ceux-ci représentant un coût trop élevé pour leur fonctionnement. Ils sont distribués sur abonnement ou sous la forme de dépôts-vente lorsqu'ils sont payants, mis à la disposition des lecteurs dans les bars ou les lieux alternatifs lorsqu'ils sont gratuits.

Au fonctionnement associatif traditionnel – administrateurs, membres et éventuellement salariés – s'ajoute la dimension éditoriale. Le CA de l'association est généralement, de fait, le comité de rédaction qui décide de la politique éditoriale, les membres sont ou peuvent être rédacteurs. Le

fonctionnement associatif permet à tous les habitants qui le souhaitent d'adhérer à l'association et de rédiger des articles.

Un autre mode fonctionnement consiste à compléter ce premier dispositif par des processus de participation des habitants. Ateliers d'écriture, préparations participatives de dossiers... permettent alors de donner à lire l'expression de tous, pas uniquement fondée sur le savoir-faire (savoir-écrire) de quelques-uns.

Les processus participatifs mis en place par des journaux comme *Les Antennes* à Grenoble ou *No Dogs* à Lyon dénotent de la créativité de ces nouvelles démarches. Pour chaque numéro, l'équipe des *Antennes* réalise une enquête quantitative (avec un panel représentatif de l'agglomération) qui permet de rendre compte d'une opinion collective sur des sujets qui préoccupent les habitants de la région grenobloise. Des acteurs locaux et des habitants (y compris des précaires) viennent enrichir le dossier et le journal en proposant des articles au comité de rédaction. A chaque numéro de *No Dogs*, un appel à contributions est lancé à tous les lecteurs avec un thème ou un mot-clef directeur. Les lecteurs- contributeurs envoient des articles, textes, poèmes, illustrations... qui, complétées par les articles de la rédaction du magazine, constituent le nouveau numéro.

Dans tous les cas, l'objectif de cette presse alternative locale « participative » est de développer un contenu local, nourri d'analyses globales ; de permettre au lecteur une autre perception des réalités locales et de lui donner les outils nécessaires à leur compréhension. Leurs zones de diffusion sont variables, allant du très local au régional.

Dans certains cas, les activités de l'association ne se restreignent pas au seul journal. Celui-ci est alors seulement l'une des composantes de l'association et dispose d'un fonctionnement spécifique à l'intérieur de la structure qui le porte. (Notons ici que nous ne définissons pas comme « média » les parutions dont le but est d'informer ou de communiquer exclusivement sur les activités de l'association qui les publie.)

Le paysage de la presse écrite alternative locale rhônalpine – imprimée ou internet - est donc en mouvement constant, et marqué par un dynamisme qui dément totalement les thèses de la fin de la presse écrite au profit de des formes audiovisuelles. Ce dynamisme se ressent particulièrement dans les milieux étudiants où de nouveaux titres apparaissent régulièrement, notamment à Lyon (*Le Foutou'Art*, *Free Landz*, *Qui ne dit mot ...* en sont aujourd'hui de remarquables exemples). Notons

aussi l'existence d'une presse lycéenne, nourrie de projets de lycéens soutenus par leurs équipes pédagogiques. Ces expériences lycéennes ont un rôle important dans le domaine de l'éducation aux médias.

Ces journaux et sites se situent pour une grande part dans des territoires urbains, à des échelles diverses : quartier, commune, agglomération... Ils développent de l'information généraliste ou spécialisée. Parmi les titres plus spécialisés, ceux concernant la culture et la musique actuelles peuvent constituer un exemple du rôle social de cette presse alternative. Avec les radios associatives, ils sont les seuls vecteurs médiatiques possibles des artistes qui n'ont pas accès au système commercial dominant où seuls les « produits musicaux » des « majors » sont autorisés. A ce titre, ils sont de véritables remparts contre l'uniformisation culturelle massive pratiquée par les « grands » médias (« *mass médias* »). Citons pour exemples en Rhône-Alpes *Vibrations Clandestine* à Bourgoin-Jallieu, ou *Zacade* en Drôme-Ardèche.

L'importance des médias associatifs de quelque forme qu'ils soient au niveau des scènes artistiques et culturelles régionales est fondamentale. Seules alternatives pour faire exister publiquement (hors sites internet dédiés) ces scènes émergentes, ils sont les outils de promotion au service des artistes locaux ou se produisant localement, les premières marches vers une diffusion de plus grande importance par des médias nationaux.

Autre fonction essentielle de la presse alternative locale, la communication sur les événements locaux qui ne trouvent aucune place dans la presse quotidienne régionale, ou qui n'ont pas les ressources pour une campagne de diffusion. De manière générale, tous les médias alternatifs locaux prennent ce rôle en charge, avec aussi des médias qui se spécialisent dans cette fonction : c'est le cas notamment de *Et Faits Planète* en Haute-Savoie ou d'*Agenda Lyon* dans le Rhône.

Les modes de financements de ces médias sont très variables. Certains obtiennent des subventions ponctuelles de collectivités locales. La publicité peut aussi être source de recettes, comme le soutien de partenaires et des adhérents. Rares sont les journaux réussissant à générer suffisamment de ressources pour salarier des journalistes. Pour les journaux payants, la principale source de financement reste la vente.

Comme pour les télévisions, la non reconnaissance institutionnelle de ces médias ne leur permet pas de trouver un modèle économique stable.

Si ces journaux sont souvent réalisés de manière bénévole, leur existence est généralement menacée par les coûts d'impression. La recherche de quelques centaines d'Euros pour boucler le budget d'impression prend parfois une part aussi importante dans le processus de production que la réalisation du contenu.

III.3. Perspectives

Au niveau national

Le manque de structuration des réseaux de la presse écrite alternative ne permet pas pour l'heure de porter les revendications spécifiques de ce secteur. Les besoins sont pourtant grands pour cette presse historique en constante évolution. Ces revendications ont été synthétisées dans « l'appel de Marseille » en 2006 :

- *Développement d'aides spécifiques à la diffusion et révision des conditions d'accès aux points de vente de presse (NMPP, MLP).*
- *Incitation des dispositifs publics de lecture (bibliothèques, centres de documentations...) à diversifier leur offre par l'établissement de politiques d'achat spécifiques pour l'édition et la presse indépendante, et création de Maisons citoyennes de l'information et de la création.*
- *Extension et reventilation des aides publiques à la presse, afin qu'elle bénéficie prioritairement à la presse écrite à but non lucratif.*

En Rhône-Alpes : un réseau en constitution

Fin 2009, un « réseau des médias indépendants alternatifs “papier/web” » a vu le jour, réunissant des médias écrits régionaux. Le développement de ce réseau doit se poursuivre dans la perspective de réunir les médias autour des critères spécifiés dans la charte citée ci-après. A travers la constitution de ce réseau il convient de poursuivre le recensement de ces médias en les définissant et les caractérisant, en prenant en compte les évolutions abordées plus haut, notamment dans le domaine des médias « web ».

En l'absence d'aides nationales, le soutien des collectivités locales à cette presse est actuellement la seule garantie de sa survie. Au-delà des subventions ponctuelles et par projets, il conviendrait de donner à la presse écrite associative les moyens de son impression et de sa diffusion. Un système

proche de celui de l'aide sélective aux radios pourrait peut-être aussi être étudié. Il s'agirait en effet d'une aide au fonctionnement puisque tous les postes de dépenses que les journaux ont à pourvoir se situent dans ce domaine. Les investissements concernent principalement le matériel informatique, les plus gros postes de dépenses résident dans d'éventuels salaires et le travail externe d'imprimerie.

Une autre perspective de travail afin de générer des ressources pourrait être de développer une régie publicitaire « éthique ». Mais cette piste reste à étudier au regard de la spécificité des médias et de la capacité du marché publicitaire éthique à générer ce type de ressources localement.

Enfin, la situation des médias internet reste encore à analyser. Au niveau local comme au niveau national, aucun modèle économique n'a encore été trouvé sur internet. Cette étude se donnera aussi pour objectif de valoriser et de mutualiser les solutions individuelles trouvées par chaque média sur son territoire.

Les médias indépendants/alternatifs de Rhône-Alpes

DÉCLARENT :

ARTICLE 1 : Avoir leur siège sur le territoire régional

**ARTICLE 2 : Justifier de statuts ou de fonctionnement associatif, coopératif
ou de presse**

**ARTICLE 3 : Privilégier le développement d'une économie sociale et solidaire
face au "tout marchand"**

**ARTICLE 4 : Affirmer le droit de tous à l'information et à l'expression critiques
et alternatives, en toute indépendance des pouvoirs
locaux, politiques, économiques et culturels**

S'ENGAGENT À :

**ARTICLE 5 : S'inscrire dans une démarche d'éducation populaire favorisant la
démocratie et l'engagement citoyen**

**ARTICLE 6 : Répondre au traitement de l'information dans le respect de la
présente charte et de la Déclaration des Droits de l'Homme et du
Citoyen**

**ARTICLE 7 : Favoriser l'expression, la participation et le débat citoyen de ceux
qui n'ont pas ou peu la parole**

**ARTICLE 8 : Privilégier le travail en synergie avec les différents médias qui
partagent les valeurs portées par cette charte**

**ARTICLE 9 : Participer à un réseau pour garantir notre autonomie à l'égard des
pouvoirs économiques, politiques et culturels**

Charte adoptée le 13 10 07

Eléments de synthèse et perspectives générales

Le présent rapport ne fait que tracer les grandes lignes et perspectives d'un paysage médiatique très riche et porteur de grands potentiels dans le développement des territoires et pour la capacitation citoyenne. Ainsi, il n'aborde la question d'internet que dans sa fonction d'outil, de prolongation d'un média caractérisé par une autre dimension première : sa forme audio, vidéo ou écrite. Il n'en demeure pas moins qu'il conviendra d'aborder aussi la spécificité des « web médias », qui d'une part peuvent ne pas revendiquer d'autres formes de diffusion (la question des web radios se pose par exemple aux radios associatives) ou qui peuvent utiliser à égale importance les vecteurs écrits, audio et vidéo.

Grâce au fonds de soutien à l'expression radiophonique, les radios associatives occupent une place à part dans le paysage médiatique alternatif. Mais elles n'en restent pas moins particulièrement fragiles. Malgré des budgets très modestes au regard des radios commerciales, elles assurent une diffusion quotidienne permanente et développent, dans le cadre de leur mission de communication sociale de proximité, des actions favorisant le lien social, le développement local, la lutte contre l'exclusion et la protection de l'environnement.

Les besoins des radios associatives se concentrent aujourd'hui majoritairement sur des ressources en fonctionnement qui leur permettraient à la fois de développer ces missions premières et de s'adapter aux nouveaux usages des technologies de l'information et de la communication.

Accomplissant les mêmes missions, les télévisions participatives se sont développées en parallèle des radios associatives. Elles renouvellent les formes de communication sociale et répondent aussi à un nouveau contexte social et technologique où l'usage de l'image et de la vidéo est devenu quotidien. La technologie et la diversité des canaux de diffusion permettraient aujourd'hui de libérer des espaces pour la diffusion grand public de ces télévisions citoyennes. A condition en même temps de leur en donner les moyens par un fonds de soutien à l'expression audiovisuelle.

La presse écrite associative n'a pas bénéficié non plus des mêmes soutiens que les radios. Média populaire le plus traditionnel, elle connaît un dynamisme et une diversité en constante évolution depuis les années 1970. Internet lui a permis de se renouveler en mettant à disposition de ses acteurs un média accessible et matériellement peu coûteux. Mais les modèles économiques n'existent pas

pour cette presse. Comme les télévisions elle ne dispose d'aucun soutien institutionnel pérenne, en dépit des aides existantes au niveau de la presse écrite peu adaptées aux structures à but non lucratif. Elle n'a majoritairement pas accès aux circuits de distribution institués.

Au-delà d'une aide au fonctionnement de ces structures, un soutien régional, que l'on pourrait imaginer inspiré par l'aide sélective aux radios, aurait pour effet de dynamiser les territoires dans tous les domaines de la communication sociale de proximité. Ce soutien pourrait par ailleurs leur permettre de lancer ou de poursuivre différents chantiers citoyens fondamentaux.

Ces chantiers sont les enjeux citoyens de ce début de 21ème siècle : la valorisation des territoires et de leurs populations, la lutte contre la fracture sociale et numérique, l'appropriation des usages des TIC par tous les citoyens, l'éducation populaire, l'économie sociale et solidaire... Ces chantiers sont les nouveaux défis pour la liberté de d'expression et de communication à l'heure d'internet et des concentrations des titres et des contenus informatifs.

Acteurs de l'éducation populaire et proches de ses mouvements, les médias locaux associatifs sont aussi des relais et des compléments essentiels des espaces publics numériques et des réseaux de l'internet accompagné. Ils sont des partenaires privilégiés de l'éducation nationale en ce qui concerne l'éducation aux médias et la mise en place de médias lycéens. Outils au service du développement local, ils sont aussi des acteurs de l'économie sociale et solidaire. Coeurs de réseaux sur leurs territoires, les médias associatifs locaux de Rhône-Alpes doivent poursuivre localement et régionalement leurs partenariats avec les structures représentatives de ces différents secteurs.

Depuis 2007, et grâce au partenariat soutenu du Conseil Régional Rhône-Alpes, ces médias ont commencé à se structurer à différents niveaux. Les radios ont pu développer un processus structurant à travers la CRANCRA. Les projets collectifs radio et multi-média mis en oeuvre à partir de cette confédération ont permis de souder un collectif, de nourrir une dynamique régionale aujourd'hui porteuse pour l'ensemble des médias associatifs rhônalpins. Née de cette dynamique, l'association MédiasCitoyens constitue aujourd'hui un espace commun où les réseaux de médias peuvent se structurer et se rencontrer. Un réseau où les savoir-faire se complètent dans la réalisation de contenus audio, vidéo et écrits d'envergure régionale.

La force de cette union réside aussi dans la capacité de tous ces médias de proximité à couvrir tous les territoires de la région, y compris ceux délaissés par les médias traditionnels. Ils sont des lieux-

ressources, des lieux-mémoire de leurs territoires. L'une des vocations des réseaux régionaux aujourd'hui est de mettre en place des outils d'archivage et de valorisation de cette mémoire. Outils de mise en valeur des cultures régionales, des initiatives citoyennes et des territoires. L'archivage pourrait en être assuré par la mise en place de plates-formes numériques au sein de chaque réseau en interaction les unes avec les autres. La mise en valeur pourrait être imaginée à travers la mise en place d'une plate-forme commune régionale.

La structuration des réseaux de médias associatifs doit aussi permettre d'avancer dans la réflexion sur la mutualisation des ressources et sur la diversification des financements. Des pistes sont à envisager au niveau du développement de l'offre de publicité éthique et de partenariats privé. Mais les recettes publicitaires et commerciales doivent rester marginales dans le fonctionnement de ces médias voués à être une continuation du service public. Seul un soutien public affirmé, tant au niveau national que local, saura donner aux médias associatifs une pérennité propice à la bonne réalisation de leurs missions de communication sociale de proximité. Il s'agit avant tout d'un choix de société pour le 21^{ème} siècle, à l'heure où les « grands » médias privés se donnent pour mission de « vendre à Coca-Cola du temps de cerveau humain disponible ».

« La jonction entre la télévision, la télématique et l'informatique est en train de s'opérer sous nos yeux et elle s'accomplira probablement durablement dans la décennie à venir. La digitalisation de l'image télé aboutit bientôt à ce que l'écran de télé soit en même temps celui de l'ordinateur et celui du récepteur télématique. Ainsi des pratiques aujourd'hui séparées trouveront-elles leur articulation. Et des attitudes, aujourd'hui de passivité, seront peut-être amenées à évoluer. Le câblage et le satellite nous permettront de zapper entre cinquante chaînes, tandis que la télématique nous donnera accès à un nombre indéfini de banques d'images et de données cognitives. Le caractère de suggestion, voire d'hypnotisme, du rapport actuel à la télé ira en s'estompant. On peut espérer, à partir de là, que s'opérera un remaniement du pouvoir mass médiatique qui écrase la subjectivité contemporaine et une entrée vers une ère postmédia consistant en une réappropriation individuelle collective et un usage interactif des machines d'information, de communication, d'intelligence, d'art et de culture. »

Felix Guattari, *Vers une ère post-media*; *Terminal*, n° 51, octobre-novembre 1990