

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LE DISCOURS SUR LA CULTURE ET LA DÉMOCRATIE À LA  
TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA : HISTOIRE D'UNE CONFUSION

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
ANNE-MARIE PAQUETTE

AOÛT 2008

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Je souhaite d'abord remercier mon directeur, Monsieur Jean Pichette, pour son soutien tout au long de ce projet. Sa rigueur intellectuelle et sa propension à me faire porter un regard critique sur mes écrits m'ont beaucoup inspirée et aidée dans les nombreux moments de doute.

Je tiens également à remercier mon employeur, ARTV, et plus spécifiquement Madame Marie Côté, qui m'a donné l'opportunité de compléter ce mémoire tout en travaillant dans un milieu stimulant directement en lien avec mes intérêts de recherche. Je remercie aussi mes parents, qui m'ont toujours appuyé dans mes projets et qui m'ont témoigné un intérêt constant tout au long de mes années d'études.

Merci à mes amis et collègues pour leurs encouragements sincères et continus. Et enfin, un merci tout spécial à mon conjoint, Louis-Philippe, avec qui j'ai partagé mes angoisses et remises en question incessantes et qui a toujours démontré beaucoup d'attention et de patience à mon égard.

## TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX.....	v
RÉSUMÉ .....	vi
INTRODUCTION .....	1
CHAPITRE I	
CADRE THÉORIQUE .....	6
1.1 Vers une définition de la culture.....	6
1.1.1 De société de travail à société de culture .....	9
1.1.2 La démocratisation culturelle ou le « glissement » de la culture populaire vers la culture de masse .....	12
1.1.3 La culture contemporaine ou le culte du divertissement .....	16
1.2 Démocratie et médias de masse : une relation trouble.....	17
1.2.1 L'épuisement de l'idéal démocratique issu des Lumières .....	18
1.2.2 L'intégration des médias de masse à la sphère publique .....	21
1.2.3 La télévision dans la logique d'immédiateté des médias de masse ..	25
1.3 Une télévision publique en quête d'identité.....	29
1.3.1 Fondements de l'idée de service public de télévision.....	31
1.3.2 Évolution de l'environnement télévisuel canadien : du monopole de la télévision publique généraliste à son déclin.....	34
CHAPITRE II	
LE DISCOURS DE LA SOCIÉTÉ RADIO-CANADA OU LA PROMOTION D'UNE TÉLÉVISION PUBLIQUE DÉMOCRATIQUE ET CULTURELLE ....	40
2.1 Revue de la littérature portant sur la Société Radio-Canada .....	41
2.1.1 Le Rapport Caplan-Sauvageau : chronique d'un déclin annoncé.....	41
2.1.2 Évolution de la stratégie de programmation des radiodiffuseurs.....	43
2.2 Retour sur les critiques relatives à la programmation de la SRC .....	49

2.3	Controverses à la télévision publique de Radio-Canada.....	61	
CHAPITRE III			
PRATIQUE EFFECTIVE DE LA SOCIÉTÉ RADIO-CANADA OU QUAND			
LE SPECTACLE SUPPLANTE LA CULTURE ET L'INFORMATION.....			68
3.1	La confusion étymologique moderne entourant les notions de culture et de démocratie .....	69	
3.2	Spectacularisation à la Société Radio-Canada ou l'autopsie d'une télévision publique culturelle et démocratique .....	74	
3.2.1	Une télévision publique qui n'est plus à l'abri des contingences du marché.....	75	
3.2.2	La spectacularisation de l'espace public dans un contexte d'hyper émotivité .....	76	
3.2.3	La culture télévisée dans une logique d'inversion des productions culturelles .....	79	
CONCLUSION.....		83	
RÉFÉRENCES .....		87	

## **LISTE DES TABLEAUX**

<b>Tableau 1 :</b> Caractéristiques relatives à l'art et au travail découlant du scindement de la figure artisanale.....	11
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

## RÉSUMÉ

La culture et la démocratie permettent d'entrer dans un rapport distancié au monde. C'est au moyen d'une réflexion mûrie et d'un recul critique que les individus peuvent comprendre, analyser et ultimement agir sur l'univers au sein duquel ils évoluent. Le paradigme économique actuel ne permet pas cette retraite dans la réflexion, l'efficacité et le profit étant les maîtres mots de ce modèle dominant. Les médias de masse – dans le cas précis qui nous interpelle, la télévision publique – s'intègrent sans trop de mal à cette logique marchande, délaissant au passage les idéaux démocratiques qui les ont vu naître. C'est d'ailleurs dans cette perspective que nous questionnons les sens donnés aux notions de culture et de démocratie par les dirigeants de la télévision publique de Radio-Canada. Notre problématique est la suivante : la confusion généralisée entourant ces termes, récupérée, entre autres, par la direction de la SRC, contribue à la dénaturation des émissions d'information et de culture en des produits largement divertissants qui encouragent une spectacularisation marquée de l'espace public.

Notre approche se voulant largement théorique, nous avons questionné les conceptions de ce que sont la culture, la démocratie et la télévision publique en analysant les écrits de plusieurs auteurs en ce sens. L'évolution, voire le travestissement, des significations prêtées à ces termes s'est avérée frappante. Ce constat nous a d'ailleurs servi de base théorique dans l'étude plus spécifique du cas de la télévision de Radio-Canada. De manière à alimenter notre réflexion, nous avons entre autres étudié un corpus composé d'une vingtaine deancements de programmation de la SRC et de nombreux articles de journaux découlant de ceux-ci. L'examen de tels documents nous a semblé le moyen le plus efficace pour jauger la pratique et, à la fois, le discours des dirigeants de Radio-Canada eu égard à la programmation télévisuelle.

Notre analyse a révélé que l'évolution de la programmation de la SRC est le reflet d'une tendance plus générale à la spectacularisation de la parole publique. En misant sur le divertissement, sous prétexte de rendre accessible à tous une information parfois inextricable et, surtout, de rejoindre un maximum de téléspectateurs et par le fait même d'annonceurs, les médias de masse – la télévision de Radio-Canada y compris – contribuent à altérer l'espace public de réflexion.

---

Concepts-clés : culture, démocratie, télévision publique, Société Radio-Canada, culture de masse, divertissement, information-spectacle

## INTRODUCTION

La télévision est un média de contradictions. Pour plusieurs, elle se présente comme un important outil de démocratie et de diversité culturelle; pour d'autres, elle est le vecteur d'une telle quantité d'insignifiants qu'elle détruit toute possibilité de réflexion critique requise pour l'exercice d'une citoyenneté démocratique. Dans le cadre de ce mémoire, nous réfléchissons sur la télévision, plus spécifiquement sur la télévision publique de Radio-Canada, dans une perspective critique, qui questionne entre autres les espoirs quelques peu illusoire desquels ce média est, et a été dès ses premiers balbutiements, investi.

À ce sujet, signalons d'emblée sa difficulté grandissante à susciter la réflexion critique, qui s'inscrit toutefois dans une polémique bien plus large de passivité collective. Selon Christopher Lasch (2001), les technologies détruisent notre capacité de penser : elles nous réduisent à l'inertie, dégradent notre conception du monde et de la culture et appauvrissent le contenu de notre discours public. D'ailleurs, en matière de paresse intellectuelle, bien peu d'activités culturelles ou sociales atteignent un niveau comparable à celui de la télévision, qui « autorise une consommation passive, presque régressive » (Couture, 2005, p. 9) de contenus certes distrayants, parfois intelligents, mais décidément trop souvent dérisoires. Il ne faudrait toutefois pas imputer à la seule télévision cette convergence généralisée vers l'insignifiance : l'imaginaire de notre époque, tel que le précise Cornelius Castoriadis, en est justement un qui place en son centre la futilité. L'insignifiance est en train de parasiter la plupart des couches de l'activité humaine, celles des idées, de la politique, de la culture, entre autres (Castoriadis, 1996). Il est donc légitime que la télévision n'échappe pas à cette nouvelle donne et qu'elle suive, elle aussi, cette tendance.

La culture et la démocratie qui, dans notre perspective, prennent tout leur sens lorsque désignées tels des rapports réfléchis au monde ne sont plus, ou si peu. Leur ont succédé des idéaux de démocratisation, certes louables, mais qui

atteignent aujourd'hui des niveaux qui dépassent la simple accessibilité aux savoirs et aux moyens d'expression permettant le jugement des individus. Le potentiel culturel et démocratique d'une nation loge désormais au même rang que sa force économique. Une conjoncture qui ne peut faire autrement que de poser problème si l'on considère, à l'instar de Lasch, que le marché « détruit l'intimité, décourage l'esprit critique et rend les individus dépendants de la consommation » (2001, p. 32).

Sous prétexte de se faire accessible à tous et de rejoindre, surtout, un maximum de public, la télévision s'est graduellement intégrée au paradigme économique dominant. Amalgamée au marché, la télévision, même publique, se présente aujourd'hui comme n'importe quelle autre industrie, en place pour atteindre des objectifs de rentabilité et de profits. C'est dans ce contexte que se profile l'actuelle obsession de la Société Radio-Canada de plaire au plus grand nombre, obsession qui se reflète dans une large part de sa programmation, qui compromet largement son mandat de télévision publique et qui est difficilement conciliable avec les idéaux démocratiques et culturels qui l'on vu naître. Il va de soi qu'une télévision publique comme Radio-Canada se doit d'être rassembleuse. En principe, elle devrait même servir de référence en matière de contenus télévisuels. Or, se faire rassembleuse, pour les dirigeants de la SRC, semble rimer aujourd'hui avec une légèreté tant dans le forme que dans le contenu. Bien qu'en théorie, les maîtres mots des dirigeants de la SRC soient encore « informer, éduquer et distraire », on sent, dans la pratique, un dérapage constant du côté du divertissement – du latin *divertere* – se détourner. Glissement qui se traduit concrètement par une hybridation des genres télévisuels à la faveur du divertissement. À la lumière de ce qui est aujourd'hui proposé en matière de programmation par la SRC, il apparaît évident que l'élément « distraction », certes salutaire parfois, tend à parasiter les autres termes de sa mission de télévision publique. Cette conjoncture ne serait toutefois pas si dramatique si la télévision de Radio-Canada avait, à tout le moins, su préserver intacts ses mandats d'information et d'éducation, ce qui est de plus en plus discutable. Le souci d'une

information qui éduque et qui amène le citoyen à réfléchir ne semble plus être au rang des priorités des dirigeants de la SRC.

Aujourd'hui, nous sommes dans une logique de l'instant présent, de l'émotion, du spectaculaire : des réalités qui sont à des lieues de permettre un retour réflexif et critique sur soi.

À mesure que la société devient plus complexe, que les problèmes posés par la politique, l'économie, la vie sociale deviennent de plus en plus difficiles à expliquer, le système médiatique, prisonnier de la marchandisation de l'information, est condamné à simplifier, à trouver des ressorts émotionnels pour capter le plus de public possible. Cela conduit à une déconnexion croissante entre les enjeux majeurs de la vie démocratique et leur traitement par la télévision. (Couture, 2005, p. 10)

La désinvolture avec laquelle la télévision de Radio-Canada récupère aujourd'hui les questions d'ordres politique, sociologique ou culturel dans des créneaux dédiées au spectacle et à l'amusement est fascinante. À défaut de proposer des réflexions sérieuses et nourries d'un recul critique, ces tribunes, qui jouent souvent sur plusieurs registres, intègrent aisément tout et n'importe quoi à leur discours vides de sens. Elles se font le lieu de paroles sans conviction, ce qui a pour conséquence majeure de semer la confusion dans l'esprit du téléspectateur. Est-ce de la délibération politique réfléchie, des opinions individuelles tranchées ou du pur divertissement? Difficile de s'y retrouver et de porter un jugement critique sur les informations reçues quand ces dernières sont mises, au nom d'un soi disant anti-élitisme, sur un même pied d'égalité.

Le repositionnement de la télévision de Radio-Canada en ce sens n'est que la pointe d'un iceberg dont nous subissons les contrecoups chaque jour, que ce soit aveuglement ou en toute connaissance de cause. Car au-delà du média télévisuel moderne, c'est tout un pan de la société qui a cessé de penser son devenir collectif. La réflexion que nous souhaitons développer, eu égard à la télévision publique, porte d'ailleurs sur les circonstances sociales plus générales l'ayant mené là où elle se situe en ce début de XXI<sup>e</sup> siècle. Comment une cinquantaine d'années à peine d'évolution ont-elles pu travestir à ce point les fondements de

l'idée de service public de télévision? Pourquoi un média à la base développé dans une perspective culturelle et démocratique a-t-il relayé à l'avant-plan de ses priorités cette obsession de plaire au plus grand nombre? Plus spécifiquement, comment expliquer que la télévision de Radio-Canada s'arroge aujourd'hui une mission étrangement similaire à celle des chaînes privées généralistes alors que les idéaux qui l'ont vu naître étaient aux antipodes de cette réalité? Sans doute les conceptions fondamentales de ce que sont la culture et la démocratie se sont-elles brouillées au gré du passage des divers dirigeants de la SRC.

Notre démarche se voulant largement théorique, nous réfléchirons sur la place qu'occupent aujourd'hui la culture et la réflexion critique dans l'espace public médiatisé, plus spécifiquement à la télévision de Radio-Canada, en développant un argumentaire nourri des conceptions de plusieurs auteurs quant aux notions de culture et de démocratie. Afin de cerner avec le plus de justesse possible notre problématique, nous étudierons également un corpus constitué de rapports gouvernementaux ou privés portant sur la télévision publique de Radio-Canada. Seront aussi analysés lesancements de programmation publiés par la SRC depuis 1980, qui témoignent non seulement de l'évolution de sa programmation mais aussi du discours de ses dirigeants à son égard, de même que plusieurs articles de journaux faisant état de récentes controverses ayant entouré les actions de la SRC. Bien entendu, le cadre relativement restreint de ce mémoire ne permet pas l'étude d'un échantillon complet, recensant de façon exhaustive toute la documentation traitant ou ayant été émise par la SRC relativement à sa programmation. La littérature choisie constitue plutôt un échantillon partiel, mais représentatif de l'évolution des pratiques radio-canadiennes.

Pour mettre en lumière les bases idéologiques et théoriques propres à notre étude, nous présenterons, au premier chapitre, les conceptions de plusieurs auteurs quant aux notions de culture, de démocratie et de télévision publique. En nous appuyant principalement sur les travaux de Christopher Lasch, Michel Freitag, Cornelius Castoriadis, Max Horkheimer et Theodor Adorno, nous réfléchirons d'abord sur le

sens que nous prêtons à la notion de culture dans le cadre de ce mémoire. Sera ensuite développé le concept de démocratie et clarifiée la « relation trouble » que cette dernière entretient avec les médias de masse, notamment la télévision. C'est alors qu'il sera pertinent de replacer notre problématique dans son contexte historique et politique, en présentant la télévision publique de Radio-Canada de ses origines jusqu'aux enjeux actuels qui ébranlent ses principes directeurs. Au deuxième chapitre, nous présenterons les caractéristiques dominantes de l'évolution de la programmation de la télévision de Radio-Canada, caractéristiques qui ressortent après une analyse détaillée de divers rapports scientifiques produits à cet effet et des grilles de programmation de la SRC. Finalement, au troisième et dernier chapitre, nous effectuerons une synthèse critique de la programmation de Radio-Canada et de façon plus large de sa propension à délaissier ses mandats informatif et éducatif au profit du divertissement.

# CHAPITRE I

## Cadre théorique

Une large part des études récentes consacrées au domaine de la télévision publique porte sur les évolutions probables du média de masse en question. « Quel est l'avenir de la télévision généraliste? » (Moeglin et Tremblay, 2005, p. 7) « Où va la télévision et que sera-t-elle demain? » (Couture, 2005, h.-t.) Le destin de la télévision publique inquiète, d'autant plus que « nombre d'experts considèrent que, dans quelques années, la question sera réglée de toutes façons » (Moeglin et Tremblay, 2005, p. 7). L'émergence de nombreuses chaînes privées et spécialisées, la diminution des ressources financières mises à la disposition du service public, de même que la course effrénée aux revenus publicitaires et aux cotes d'écoute sont autant de facteurs qui compromettent l'avenir, certes, mais surtout le mandat de la télévision publique.

Au-delà de ces réalités propres au média télévisuel moderne, la réflexion que nous souhaitons développer eu égard à la télévision publique, et plus spécifiquement celle de la Société Radio-Canada, porte largement sur l'évolution des sens qu'elle prête aux termes de culture et de démocratie. Le présent chapitre posera ainsi les bases idéologiques et théoriques propres à notre étude. Y seront présentées, confrontées et critiquées les conceptions de divers auteurs quant aux notions de culture, de démocratie et de télévision publique.

### 1.1 Vers une définition de la culture

« *Culture is one of the two or three most complicated words in the English language.* » (Williams, 1988, p. 87)

Parce qu'il est polysémique, le mot culture est difficilement définissable. Il existe – et a existé à travers les âges – une pluralité de définitions de ce qu'est la culture, qui varient en fonction des sociétés, des traditions et même des disciplines

évoquant le concept. La ministre du Patrimoine, par exemple, lorsqu'elle fait référence aux industries culturelles, ne prête pas le même sens au mot culture que l'anthropologue qui étudie une civilisation ancienne; tout comme la perception qu'ont les Américains de ce qu'est la culture est fort différente de l'impression qu'en ont les Européens. Les sens donnés au mot culture sont si versatiles et abondants<sup>1</sup> qu'il est laborieux de s'entendre sur une définition unique.

Ainsi, afin de circonscrire l'étendue de nos recherches et de rester fidèles au contexte pertinent à notre étude, nous aborderons le concept de culture sous un angle bien spécifique, soit celui de la dichotomie opposant les tenants d'une notion de culture issue de la Renaissance (culture humaniste) à ceux privilégiant une approche qui relève davantage de l'anthropologie. D'emblée, ces deux manières de percevoir et de comprendre la culture apparaissent comme étant diamétralement opposées :

D'un côté, le concept de Culture humaniste procède d'un postulat idéaliste qui attribue à la culture une valeur normative universelle. De l'autre, le concept anthropologique tire son origine d'une attitude méthodologique qui ne veut retenir, des faits de culture, que la cohésion empirique positive de leurs états et déterminations particulières. (Freitag, 1982, p. 62)

Par culture, les défenseurs d'une conception humaniste du terme entendent donc le « développement de l'esprit, l'ensemble des connaissances acquises qui permettent de développer le jugement et le sens critique, bref, tout ce qui a trait de près ou de loin à la connaissance, à l'éducation, à la formation et à l'instruction, de même que, osons le mot, à l'érudition et aux humanités » (Lefebvre, 2005, p.11). De cette définition, nous retenons l'idée que la culture inscrit l'individu dans un rapport critique au monde. Cette prise de conscience de son statut d'être pensant lui permet alors de se représenter ce monde en creusant une distance réfléchie vis-à-vis de lui, de se situer au sein d'une collectivité et de développer et exprimer une pensée critique quant aux impératifs de la vie en société.

---

<sup>1</sup> « Les résultats de certaines tentatives de recensement des sens du terme de culture sont impressionnants : jusqu'à 117 ! » (Freitag, 1982, p. 61)

Ainsi, la culture dite humaniste serait liée à l'idée d'autonomie du sujet, telle que développée, par exemple, par Cornelius Castoriadis. Du grec *autonomos*, le terme autonomie signifie « qui se donne à soi-même sa loi ». L'autonomie se présente ici comme une interrogation absolue, un questionnement incessant, qui permet un retour réflexif sur soi, une critique, une autocritique, qui n'est possible que chez l'individu « cultivé » (Castoriadis, 1996). Or, cette autonomie est aujourd'hui récupérée comme un « outil du management et du libéralisme économique » (Le Goff, 1999, p. 76). Ce qui devait permettre une présence réfléchie au monde est aujourd'hui déployé dans un cadre uniformisant qui vise à intégrer l'individu au système. Celui-ci « est sommé d'être autonome en même temps qu'il doit se conformer à des normes strictes de performance ; il est censé décider en toute autonomie en même temps qu'on lui fait savoir qu'il n'a guère le choix » (Le Goff, 1999, p. 22). L'autonomie, dans un rapport immédiat à la réalité, ne veut rien dire, sauf peut-être que la pensée technicienne l'a emporté sur la réflexion ; c'est d'ailleurs en ce sens que la pensée critique et émancipée est de nos jours compromise.

La signification donnée au mot culture peut également emprunter au sens anglais une conception anthropologique, qui intègre les œuvres et les manières de vivre, les styles, les savoir-faire (Wolton, 1990). La culture se présente alors comme un élément identitaire, certes, mais aussi utilitaire et routinier de la vie en société. « L'anthropologie a utilisé le terme culture comme une catégorie analytique générale, pour désigner la structure d'ensemble des productions matérielles-symboliques d'une société. » (Freitag, 1982, p. 64) Développé sous cet angle, le concept de culture fait davantage référence à la production et aux acquis. Cette définition ratisse large et intègre au domaine culturel tout ce qui a trait aux mœurs ; les loisirs, la mode, la cuisine, la sexualité même.

Les intérêts pratiques de la vie quotidienne, en tant qu'ils trouvent leur synthèse dans les conditions concrètes de la vie des individus et des groupes, forment le terrain où se maintient, donnant sens à la vie quotidienne, la culture de type anthropologique. (Freitag, 1982, p. 70)

Bref, alors que la culture au sens humaniste, en tant qu'exigence collective idéalement partagée de tous, se restreint aux activités supérieures de l'esprit (d'où sa tendance à être perçue comme élitiste), la culture anthropologique intègre tout ce qui a trait aux manières d'agir et de penser d'une population ; elle ne se pose pratiquement aucune limite.

Or, Michel Freitag, qui récuse une telle dichotomie, explore plutôt le lien unissant les significations issues de l'herméneutique des Humanités et de la connaissance positive des sciences sociales :

Il s'opère entre les deux sens du concept et leurs domaines respectifs de référence une sorte de mélange et de brouillage où ils tendent finalement à se confondre dans une assimilation réciproque, sans que pour autant leur signification traditionnelle ne soit d'aucune façon « dépassée ». (Freitag, 1982, p. 63)

Retenons simplement ici que la distinction entre les cultures normative (humaniste) et positive (anthropologique) s'estompe de deux manières. D'abord, il y a intégration de la culture anthropologique à même la culture humaniste; la « culture populaire » – concept que nous développerons postérieurement – est d'ailleurs la résultante de cette introduction d'un élément de réflexion propre à la culture positive à même la culture normative (Freitag, 1982). L'opposition tend à s'amoindrir encore davantage lorsque nous nous penchons sur les « modes de reproduction de la société », tel que l'a fait Michel Freitag. « À chacun de ces modes de reproduction seront alors attachées, par hypothèse, des modalités spécifiques de la "culture" » (Freitag, 1982, p. 64). Comme nous ne jugeons pas pertinent, dans le cadre de ce mémoire, de présenter exhaustivement chacun des trois modes de reproduction identifiés par Freitag, nous nous contenterons d'approfondir l'idée de la séparation de l'art (dimension expressive de l'action) et du travail (dimension instrumentale de l'action).

### **1.1.1 De société de travail à société de culture**

Pour penser la notion moderne de culture et questionner la dichotomie expressivité/instrumentalité, il importe de réfléchir sur l'apparition, dans le cadre

d'une même dynamique pluriséculaire, de deux figures ayant émergé au même moment de notre histoire, soit celles de l'artiste et de l'ouvrier, qui ont toutes deux succédé à celle d'artisan.

Ainsi, partons de l'idée que « la production artisanale du Moyen-Âge [...] reste pour l'essentiel soumise à des normes que, par contraste avec la production capitaliste industrielle, on peut encore qualifier de culturelles au sens synthétique du terme » (Freitag, 1982, p.72). L'artisan, qui exerce alors une technique traditionnelle, œuvre généralement à son propre compte, dans une logique « subordonnée à toutes sortes de contraintes "culturelles" » (Freitag, 1982, p. 72). La dimension expressive est d'ailleurs au centre de l'activité artisanale, puisque le travail de l'artisan est alors chargé d'une transcendance sociale et d'une valeur identitaire. À ce stade, la production de l'artisan est affranchie de la domination de l'ordre industriel capitaliste ; sa pratique ne vise pas la maximisation de l'intérêt et du profit et reste liée aux conditions concrètes de sa vie.

Or, « en tombant sous la dépendance du capital, l'activité productive perd l'autonomie culturelle qu'elle possédait dans le cadre du métier artisanal » (Freitag, 1982, p. 75). La nouvelle catégorie de travail productif perd sa valeur expressive et revêt un caractère qui relève davantage de l'aliénation que de l'expression. Le fossé se creuse alors entre l'artiste et l'ouvrier et les particularités antinomiques des deux concepts se précisent. Le tableau suivant témoigne bien du scindement qui s'installe.

## Tableau 1

Caractéristiques relatives à l'art et au travail découlant du scindement de la fonction artisanale

### Artisanat

Art	Travail
valeur expressive et identité	valeur marchande et utilité
création	Exécution
spontanéité et autonomie	dépendance et aliénation
nécessité idéale ou formelle	déterminisme empirique et contrainte fonctionnelle
transcendance sociale	immanence socio-économique
vocation et appel individuel	besoin et contrainte collective
subjectivisme	Objectivisme
synthèse existentielle, totalisation	spécificité fonctionnelle
« expressif »	« instrumental »

D'après Michel Freitag, « Transformation de la société et mutation de la culture. Partie I ». *Conjoncture politique au Québec*, no 2 (automne), p. 76.

On constate que « la dimension expressive qui était indissolublement liée à l'utilité dans l'activité artisanale disparaît de la nouvelle catégorie de travail productif, qui est par définition dépendant et aliéné » (Freitag, 1982, p. 75). La nature nouvelle du concept de culture est alors construite, en partie du moins, dans un esprit de contestation du travail productif :

On voit donc que l'art se charge systématiquement de la "dimension perdue" par le travail. Face au travail aliéné, dépendant, dépersonnalisé, parcellarisé, instrumentalisé, l'art se constitue et se spécifie comme nostalgie et protestation, refus et compensation, rupture fonctionnelle et intégration idéaliste, marginalité et quête de totalité. (Freitag, 1982, p.76)

Si le travailleur est celui qui se livre à des activités de production, jusqu'à en venir à être perçu, dans une perspective tayloriste, comme « un être du même type que le bœuf », l'artiste, pour sa part, est celui qui s'exprime et crée spontanément, en se consacrant à l'une ou l'autre des disciplines artistiques propres aux Beaux-arts. Et si le travailleur intègre aisément la logique de productivité des usines qui l'emploient, l'artiste, lui, se présente comme celui dont la compréhension échappe à la rationalité économique de l'action et aux principes de légitimation qui lui assurent l'apparence d'une « auto-intelligibilité immédiate » (Freitag, 1982). L'antinomie de l'artiste et de l'ouvrier va ainsi se creuser tout au long de l'histoire moderne, non sans se heurter aux nouvelles règles de conduite que prescrit la métaphysique libérale du marché, qui impose devant tous autres droits ceux de la concurrence libre et de la propriété. Puis, graduellement, les deux concepts vont se retrouver, se lier à nouveau dans un rapport insidieux où le marché sera la seule instance capable d'assurer la pérennité des deux conceptions rassemblées. L'amalgame art-travail va renaître de ses cendres, non pas, cette fois, sous le chapeau de l'artisanat, mais bien sous celui de l'industrie. Nous y reviendrons.

### **1.1.2 La démocratisation culturelle ou le « glissement » de la culture populaire vers la culture de masse**

C'est au XX<sup>e</sup> siècle qu'apparaît la notion de culture de masse, une indication claire que quelque chose est en train de se produire dans la sphère culturelle, mais également au sein de la société en général. La culture de masse se présente alors

comme le prolongement immédiat de l'industrialisation et du développement des sociétés capitalistes de production et de consommation au domaine culturel :

En imaginant ainsi les contours d'un monde dont l'économie serait devenue l'unique religion, les fondateurs de la doctrine capitaliste ne pouvaient que légitimer par avance le projet d'étendre à la culture et au divertissement eux-mêmes les principes implacables de la rationalité marchande. De fait, l'édification méthodique d'une *culture de masse*, c'est-à-dire d'un ensemble d'œuvres, d'objets et d'attitudes, conçus et fabriqués selon les lois de l'industrie, et imposés aux hommes *comme n'importe quelle autre marchandise*, a sans doute constitué l'un des aspects les plus prévisibles du développement capitaliste. (Lasch, 2001, p. 8)

Ainsi, à l'inverse du mouvement historique par lequel la « culture » s'est en quelque sorte autonomisée face au « travail », la culture de masse, elle, est indifférenciée de l'économie. Si, à l'époque des humanités, le capital de quelques mécènes permettait la concrétisation du processus créatif de l'artiste, ce même capital est, aujourd'hui, non seulement reconnu comme un moyen mais aussi une fin ; il a désormais intégré l'acte même de création. La culture revêt alors une signification instrumentale qui l'éloigne de plus en plus de sa finalité initialement expressive. Tel que stipulé précédemment, l'éclatement art-travail tend à renouer, non pas sous la fonction artisanale cette fois, mais bien à travers une marchandisation, une industrialisation qui évacue, à notre sens, la valeur fondamentalement esthétique et expressive de l'art. La culture, devenue culture de masse compte tenu des impératifs propres à son époque, se pense dès lors comme n'importe quelle autre industrie en termes de rendement et tend à rationaliser les rapports humains autour de la sphère économique. Elle n'est plus l'expression d'une spontanéité ou d'une autonomie artistique puisqu'elle a acquis une valeur marchande et utilitaire qui la dépasse.

Dès les années 1930, les théoriciens de l'École de Francfort que sont Theodor W. Adorno et Max Horkheimer se sont appliqués à dénoncer cette régression de la culture au sein de laquelle les valeurs et normes sociales sont remplacées par des principes purement économiques. La culture se trouve ainsi peu à peu remplacée, selon eux, par l'« industrie culturelle », qui consiste, assez paradoxalement, en une impossibilité de toute culture, en « la fin de la culture, l'annihilation de la possibilité même de l'art, et la dernière étape d'un monde totalitaire enfermé dans

ses mécanismes administratifs » (Côté, 1989, p. 143). La culture – au même titre que la Raison qui devient purement instrumentale selon eux – serait donc prisonnière d'un système, refermé sur lui-même, au sein duquel un processus industriel socialement accepté prendrait le dessus sur la capacité des individus à penser leur individualité.

L'industrie culturelle uniformise et standardise à l'extrême. À tel point que « les individus ont cessé d'être eux-mêmes et ne sont plus que les points de rencontre des tendances générales » (Horkheimer et Adorno, 1974, p. 164). Ce n'est que dans la mesure où il ne fait qu'un avec le « général » que l'individu sera reconnu par le système, la singularité n'étant pas admise par l'industrie. De cette façon, chacun se cristallise dans la généralité sociale, ce qui, du coup, consolide le caractère autoritaire de la culture de masse.

Toujours du point de vue d'Adorno et de Horkheimer, « l'industrie est devenue un état de fait accompli, et c'est précisément l'acceptation de ce nouvel "état de nature", qui élude, pratiquement, toute possibilité de culture » (Côté, 1989, p.155). L'industrie a désormais ce caractère générateur de culture – massifiée – qui met en péril la création artistique, au profit de la production de biens culturels uniformes. Cette conjoncture est largement attribuable à « l'introduction, au sein de la culture, de la production en série, [qui sacrifie] tout ce qui faisait la différence entre la logique de l'œuvre et celle du système social » (Martín-Barbero 1997, p. 47). L'œuvre d'art se range alors du côté des biens de consommation, interchangeables; la légitimité de la culture étant d'accroître l'économie. « L'art s'incorpore au marché comme un bien supplémentaire entièrement adapté à la nécessité. » (Martín-Barbero, 1997, p. 49)

Ainsi, Adorno et Horkheimer n'avaient pas tout faux en affirmant, dès 1947, que « le fait qu'elle [l'industrie culturelle] s'adresse à des millions de personnes impose des méthodes de reproduction qui, à leur tour, fournissent en tous lieux des biens standardisés pour satisfaire aux nombreuses demandes identiques »

(Horkheimer et Adorno 1974, p. 130). Bien que leur vision de l'unité du système soit, à notre avis, quelque peu excessive<sup>2</sup>, il reste que la similitude entre les diverses productions culturelles est frappante. « Tout porte si profondément la même estampille, que rien ne sort plus des usines de la culture sans révéler au départ les traces du même jargon et sans attirer l'approbation à première vue » (Horkheimer et Adorno 1974, p. 137). D'ailleurs, cette standardisation de la culture n'est-elle pas le plus grand paradoxe de l'industrie culturelle? Comment une culture vidée de toute spécificité peut-elle prétendre à un tel statut?

À travers son évolution, il a été le propre de la culture de masse de rallier un maximum d'individus et d'ainsi inclure dans ses rangs des pratiques culturelles potentiellement « profitables » qui, à la base, n'entraient pas dans le moule de son industrie. C'est ainsi que la culture de masse a rapidement récupéré les milieux ouvriers et paysans, jusqu'alors assujettis à des pratiques culturelles dites « populaires » :

Les sauvages pour leur part, même s'il n'était pas toujours évident qu'ils partageaient notre bon sens devenu positif, fonctionnel et instrumental, pouvaient parfois néanmoins nous donner, avant de disparaître, des leçons de bon goût. On les associa donc à notre nostalgie, et on fit entrer comme « œuvres » quelques-unes de leurs « productions » au Musée des Beaux-Arts. (Freitag, 1982, p. 63)

Retenons simplement ici que cette « récupération » *a posteriori* d'œuvres populaires par l'industrie n'a rien d'étonnant. En absorbant des pratiques culturelles plus répandues, l'industrie de la culture peut aisément rejoindre une plus large part de la population, sans pour autant qu'elle possède des connaissances culturelles approfondies. En apparence, cette pratique paraît juste et démocratique, puisqu'elle permet l'accession des populations à un large éventail d'informations, d'images et de « produits culturels » jusque-là réservés à l'élite.

---

<sup>2</sup> La théorie critique développée par Adorno et Horkheimer « devient théoriquement abusive et politiquement dangereuse lorsque l'on conclut que du film le plus vulgaire à ceux de Ch. Chaplin et d'O. Welles tous les films disent la même chose puisque ce dont ils parlent n'est rien d'autre que le triomphe du capital investi » (Martín-Barbero, 2002, p. 47).

Qui plus est, pour attirer l'approbation du plus grand nombre, il faut, inévitablement, rendre plus accessibles la culture et l'œuvre d'art, la simplifier à outrance. Et cette « démocratisation » de la culture se traduit malencontreusement par un nivellement vers le bas de ses possibilités, par une dégradation de sa valeur expressive et identitaire au profit d'une industrie qui ne jure que par la valeur marchande et l'utilité :

Au lieu de lancer un défi à la masse, comme le fait l'art, le pastiche ne cesse de provoquer son excitation moyennant l'activation de son vécu. Mais, pour cet art inférieur dont la forme consiste à exploiter l'émotion, jamais il ne pourra exister une possibilité de légitimation sociale. L'art a, justement, une fonction qui est le contraire de l'émotion : la commotion. À l'opposé de toute subjectivité, la commotion est l'instant où la négation du moi ouvre les portes de la véritable expérience esthétique. C'est pourquoi les critiques qui continuent d'entonner le refrain éreinté de l'art qui doit sortir de sa tour d'ivoire ne comprennent rien. Et ce qu'ils ne comprennent pas, c'est que l'étonnement venant de l'art est la condition fondamentale de son autonomie. (Martin-Barbero 1997, p. 52)

Ainsi, ce qui pose problème dans le rapport à l'art présentement, c'est que l'effet recherché est le divertissement et non pas le recueillement. Il ne s'agit pas ici, comme le souhaitait Adorno, de recréer l'expérience de « la lecture solitaire et de l'écoute contemplative, c'est-à-dire la voie royale d'une formation bourgeoise de l'individu » (Martín-Barbero 1997, p. 60), mais simplement de réfléchir sur la place qu'occupe la culture dans nos sociétés contemporaines et de questionner, notamment, son rapport à l'amusement.

### **1.1.3 La culture contemporaine ou le culte du divertissement**

Le jargon rassembleur, qui se présente aujourd'hui comme le propre de la culture de masse, est celui du divertissement. L'amalgame, de plus en plus évident, entre la culture et l'amusement a des conséquences néfastes sur la configuration de la sphère culturelle. Cette fusion entraîne non seulement une dépréciation de la culture, mais encourage également une « intellectualisation forcée du divertissement » (Horkheimer et Adorno 1974, p. 152). Il y a confusion des genres : la culture tend à se faire de plus en plus distrayante, tandis que le divertissement se donne des airs de vérité.

Quand la vie culturelle prend la forme d'une ronde perpétuelle de divertissements, quand les conversations publiques sérieuses deviennent des sortes de babillages, quand, en bref, un peuple devient un auditoire et les affaires publiques un vaudeville, la nation court un grand risque. (Postman, 1986, p. 207)

Il y a d'ailleurs trop d'éléments incongrus – la télévision, la radio, la mode, les personnalités publiques, les représentations sportives, par exemple – qui ont intégré l'arène culturelle pour que l'on puisse catégoriser convenablement, à ce jour, ce qui est de la culture et ce qui n'en est pas. « Il y a de plus en plus de choses, elles-mêmes de plus en plus hétérogènes, qui tombent (ou s'élèvent) dans le domaine "culturel". » (Freitag, 1982, p. 61) D'ailleurs, n'y a-t-il pas meilleur témoin que la culture de masse pour soutenir le fait que l'on ne sait plus vraiment ce qu'est la culture ?

## **1.2 Démocratie et médias de masse : une relation trouble**

Originellement, le concept de démocratie fait référence à une organisation sociale au sein de laquelle la population est souveraine. « Le gouvernement du peuple, par le peuple et pour le peuple », pour reprendre la célèbre formule d'Abraham Lincoln, qui l'avait lui-même empruntée à Périclès. Une maxime qui a certes évolué depuis l'époque de la démocratie athénienne, mais qui n'est pas si éloignée de la philosophie des Lumières, qui plaçait en son centre la question de la protection des droits l'homme et la prévention de l'arbitrage du pouvoir absolutiste. Des citoyens de tous acabits, regroupés en communautés, qui réfléchissent à leur sort commun, interagissent entre eux et qui, ultimement, se gouvernent d'eux-mêmes : voilà l'idéal démocratique auquel permettait de croire la raison universelle des Lumières, une raison qui devait transcender les frontières de l'hérédité, de la hiérarchie et de l'obédience religieuse. Mais avec les années, le concept de démocratie s'est brouillé. Les notions de communauté, de normes communes, de vie civique, de même que la croyance en la « capacité du citoyen ordinaire à saisir les problèmes complexes » (Lasch, 1996, p. 22) de la cité se sont effritées. Leur ont succédé la tolérance, l'ouverture d'esprit, l'égalité des droits : des valeurs certes louables, mais qui sont à des lieues de garantir une citoyenneté démocratique.

Comme le cadre spécifique de ce mémoire ne permet pas de développer exhaustivement les évolutions de la démocratie du XVIII<sup>e</sup> siècle à aujourd'hui, nous nous contenterons de présenter un argumentaire critique eu égard à l'apathie démocratique propre à notre époque. En nous basant sur une exigence radicale de la démocratie voulant que cette dernière consiste en « un échange vigoureux d'idées et d'opinions » (Lasch, 1996, p. 22), nous tâcherons de montrer en quoi le concept de démocratie s'est travesti, entre autres avec l'essor des médias de masse, en une « forme sans contenu » qui ne s'apparente en rien à l'autonomie politique qui avait, à une certaine époque, marqué la rupture d'avec le Moyen-Âge.

### **1.2.1 L'épuisement de l'idéal démocratique issu des Lumières**

« C'est la citoyenneté qui confère l'égalité et non pas l'égalité qui crée un droit à la citoyenneté » (Lasch, 1996, p. 97). Les citoyens étant fondamentalement inégaux de par leurs capacités respectives, seule l'égalité politique – la citoyenneté – peut assurer un retour de balancier et garantir une vie démocratique. Mais aujourd'hui, lorsque nous faisons référence à la démocratie, nous renvoyons le plus souvent à une démocratisation de la mobilité sociale, autrement dit au déplacement possible des individus des classes populaires vers les classes supérieures dans l'espace sociétal. Or, il est évident pour nous que cette démocratisation est jouée d'avance. La prédisposition qu'aurait le « simple » citoyen à prendre la place qui lui revient au sein de l'appareil démocratique est, à notre sens, l'un des plus grands mythes des sociétés occidentales. Le « rêve américain » de mobilité ascendante, qui a fait croire à tant de gens qu'un avenir meilleur était possible pour eux, quelles que soient leur classe sociale, leur race, leur religion, est loin derrière. La méritocratie – qui a succédé à l'aristocratie héréditaire – qui devait permettre un recrutement démocratique de l'élite, « mène à des résultats qui sont loin d'être démocratiques : ségrégation des classes sociales; mépris pour le travail manuel; déclin des écoles pour tous; disparition de la culture commune » (Lasch, 1996, p.85). Les conditions d'accès aux hautes

sphères de la structure démocratique ne doivent pas être basées sur la simple « sélection naturelle » d'individus ayant des capacités intellectuelles ou des compétences supérieures à la moyenne. La démocratie n'est pas affaire de recrutement de dirigeants (Lasch 1996, p. 85). Elle est l'affaire de tous, et non seulement celle des nouvelles élites intellectuelles.

D'ailleurs, de qui donc est constituée cette fine fleur de la société moderne ? Christopher Lasch voit en ces nouvelles élites « ceux qui contrôlent les flux internationaux d'argent et d'information, qui président aux fondations philanthropiques et aux institutions d'enseignement supérieur, gèrent les instruments de la production culturelle et fixe ainsi les termes du débat public » (1996, p. 37). L'affiliation évidente de l'élite moderne au milieu des affaires nous pousse à remettre en question le sens donné au mot démocratie dans nos sociétés nord-américaines. Une telle ambiguïté entoure le terme que ce dernier en vient à être trop facilement identifié à la libre concurrence, aux lois du marché de la consommation, en un mot au capitalisme. La démocratie devient alors, rappelons-le, affaire non de liberté mais bien d'absence de limite ; tous les domaines d'activités sont prétextes à cette expansion incessante et incontrôlée qui est le propre des sociétés post-modernes. D'ailleurs, ce « désir d'infini » dont nous sommes victimes – ou garants – est le simple prolongement de la pensée voulant qu'il n'y ait pas de restriction au sein du modèle capitaliste. « L'imaginaire de notre époque, c'est l'accumulation de la camelote : une télé dans chaque chambre, un micro-ordinateur dans chaque chambre, c'est là qu'il faut détruire. Le système s'appuie sur cet imaginaire qui est là et qui fonctionne » (Castoriadis, 1996, p. 38). Un imaginaire qui offre toute la gamme des possibilités, qui fait croire que l'action, c'est la consommation, alors que « la liberté, c'est l'activité, et l'activité qui sait poser ses propres limites » (Castoriadis, 1996, p. 38). Or, la société capitaliste ne permet pas cela, elle ne favorise pas la restriction, pas plus qu'elle ne souhaite éduquer ses citoyens à l'auto-limitation.

Certes, l'isolement des élites dans une tour d'ivoire, loin des préoccupations citoyennes, a à voir avec l'indifférence démocratique des dernières décennies, mais il serait injuste d'imputer aux seules élites cette fâcheuse circonstance. L'érosion de la continuité historique et, ultimement, l'abandon d'une vision politique commune, pèsent aussi très lourd lorsqu'il est question de jauger le pragmatisme moderne. D'ailleurs, « ce que l'on appelle l'humeur post-moderne se définit [...] par une désillusion envers les théories historiques » (Lasch, 1996, p. 236). De façon générale, l'attachement aux traditions passées est aujourd'hui perçu comme une mentalité rétrograde, une forme de résistance face au progrès. Le rapport du passé au présent se développe d'ailleurs dans une dichotomie simplicité / raffinement qui fait de l'histoire, de la culture et du destin commun des us et coutumes obsolètes (Lasch, 1996). Or, ces repères historiques ne sont-ils pas indispensables à l'implication citoyenne? Ne sont-ils pas à la base de la démocratie? Christopher Lasch articule sa pensée en ce sens. « Sans attachements nationaux, les gens ont peu d'inclinaison à faire des sacrifices ou à accepter la responsabilité de leurs actions. Nous apprenons à nous sentir responsables d'autrui parce que nous partageons avec eux une histoire commune. » (1996, p. 58)

En plus de faire table rase du passé, les sociétés contemporaines sont marquées par l'incapacité qu'elles ont à se représenter l'avenir. « De graves dangers menacent notre avenir, c'est indéniable, mais ce n'est pas une raison suffisante pour l'abolir. Dans la perception d'une société sans avenir se glisse l'incapacité narcissique de s'identifier à sa postérité et de participer au mouvement historique. » (Lasch, 2000, p. 84) Ainsi, l'idée largement répandue voulant que la société n'ait pas d'avenir n'est pas étrangère à l'invasion de la société par le moi. « Cette concentration sur soi définit le climat moral de la société contemporaine. » (Lasch, 2000, p. 55) L'accomplissement personnel, la nouvelle sensibilité thérapeutique visant à reconforter une identité chancelante ainsi que le repli identitaire sont autant de maux caractérisant l'époque actuelle. Une époque où la tendance dominante est la subordination de la volonté générale à l'intérêt

personnel et qui marque profondément le social et le politique de nos sociétés. « Il faut [cependant] comprendre que ce n'est pas par complaisance mais par désespoir que les gens s'absorbent en eux-mêmes » (Lasch, 2000, p. 55). Affligés de la sorte, comment les citoyens peuvent-ils penser, ne serait-ce qu'un instant, changer le cours des choses ? Repliés sur eux-mêmes, en froid avec leur passé et en détresse face au futur, la démocratie ne peut leur apparaître que comme une immense structure immuable ; ils la contemplent donc passivement. Ou encore, plus simple et rassurant ; ils regardent la télévision.

### 1.2.2 L'intégration des médias de masse à la sphère publique

En amorce à l'un de ses ouvrages, Neil Postman expose les visions diamétralement opposées qu'ont George Orwell et d'Aldous Huxley de l'information transmise par nos médias de masse :

Orwell craignait ceux qui nous priveraient de l'information. Huxley redoutait qu'on ne nous en abreuve au point que nous en soyons réduits à la passivité et à l'égoïsme. Orwell craignait qu'on ne nous cache la vérité. Huxley redoutait que la vérité ne soit noyée dans un océan d'insignifiances. (Postman, 1986, p. 8)

En partant du constat qu'« en trente ans, le monde a produit plus d'informations qu'au cours des 5000 précédentes années » (Ramonet, 1999, p. 184), on peut difficilement trouver meilleur juge qu'Huxley. À ce propos d'ailleurs, quelle est la soi-disant vérité des médias de masse contemporains ? Les résultats de divers sondages d'opinion régulièrement relayés par nos médias ? Les analyses – d'une durée maximale de cinq minutes, disons-le – de politicologues, sociologues et autres experts invités sur les plateaux de nos émissions d'information ? Les images de gens se propulsant du haut des tours du World Trade Center un certain 11 septembre au matin ? Difficile de s'y retrouver. C'est que la « vérité » des médias de masse est partout, ancrée en chacun de nous, habitée par nous. Les médias influencent notre conception de la vérité, de même qu'ils agissent sur notre conception de la connaissance (Postman, 1986), et le problème actuel est qu'on l'on a du mal à distinguer ce qui est vérité, ce qui est fiction et ce qui est divertissement.

Dans nos médias de masse – particulièrement à la télévision – tout est prétexte à l’amusement. « La politique, la religion, les informations, le sport et l’éducation sont des sous-produits du show-business » (Postman, 1986, p. 42). En plus d’y avoir confusion des genres, il y a uniformisation. Tout est traité sur un ton plus ou moins analogue ; les émissions d’information ne sont pas si différentes des émissions de variété. La même précipitation, le même manque d’analyse, la même forme sans contenu, bref, la même évacuation de la pensée critique. On passe d’un sujet à un autre : de la tragédie au rire, du rire à la publicité, de la publicité au drame, sans toutefois laisser complètement de côté le rire. En traitant de plus en plus de sujets avec la même désinvolture, les médias paralysent et rendent impuissant le spectateur.

Malgré cette conjoncture plutôt sombre, il reste que la télévision est devenue le principal canal de diffusion d’information de la majorité des démocraties occidentales. « Objet de consommation populaire présent dans la quasi-totalité des foyers, la télévision crée un espace public universel qui représente l’agora des sociétés modernes ». (Monière, 1999, p. 10) Plusieurs penseurs s’entendent d’ailleurs pour dire que la télévision « est le miroir de la société [...] Et en faisant se réfléchir la société, la télévision crée non seulement une image et une représentation, mais elle offre un lien à tous ceux qui regardent simultanément » (Wolton, 1990, p. 126). Ainsi, ce médium donnerait la possibilité au citoyen de prendre conscience de son appartenance à une communauté, de percevoir son identité nationale, bref, de se représenter en tant que citoyen d’une société. Bien qu’elle ne permette pas aux citoyens d’interagir directement avec la sphère politique, la télévision se veut un média démocratique, dans la mesure où elle est le lieu de « l’être ensemble collectif » (Wolton, 1990, p. 274). La télévision agit ainsi comme médiatrice entre le citoyen et le monde et lui rapporte ce qu’il ne peut voir ou vivre directement. Mais elle ne transmet pas seulement des connaissances sur ce qui se produit, elle ordonne et structure la perception de la réalité politique en déterminant ce qui est important et ce qui ne l’est pas (Monière, 1999, p. 10).

« L'information politique est au cœur même de la théorie démocratique, car elle légitime le droit de participer aux affaires publiques ». (Monière, 1999, p. 9) Dans cette perspective, non seulement le citoyen a-t-il le devoir de s'informer des divers enjeux collectifs, mais il est également en droit d'obtenir une information qui soit complète et fiable eu égard à l'activité politique. Pourtant, dans nos sociétés modernes, où la distance séparant la population des centres décisionnels se fait de plus en plus grande, il devient ardu pour le citoyen de comprendre le monde au sein duquel il évolue. Car bien que la communication soit directement liée au paradigme démocratique, qu'elle en soit même la condition de fonctionnement (Wolton, 2001), il arrive trop souvent que les informations auxquelles est exposée la société civile soient insidieuses. Le faux charnier de Timisoara en Roumanie, le canular des soldats irakiens tuant des bébés koweïtiens à même leurs incubateurs lors de la première guerre du Golfe, la « spéculation médiatique » omniprésente tout au long de la guerre du Kosovo : en périodes de conflits, les exemples de désinformation – l'un des outils de la guerre médiatique – sont nombreux. Au quotidien maintenant, la surabondance d'informations à laquelle le citoyen est confronté, n'est pas sans créer un « spectacle » du même genre, quoique plus insidieux encore, qu'Ignacio Ramonet (1999) qualifie de « censure démocratique ». La surinformation produit une aphasie, qui, du coup, conduit à la désinformation ; cette dernière se mêlant à l'information, il est pratiquement impossible de distinguer le vrai du faux. Un exemple bien de notre temps : la question des « accommodements raisonnables », qui s'est retrouvée sur toutes les tribunes à l'hiver 2007 et qui illustre bien que l'important n'est pas toujours l'information véhiculée, mais bien le spectacle et les témoignages qui l'accompagnent, la supplantent même.

Nul besoin de préciser que, dans une telle conjoncture, il est plus difficile encore de penser le politique comme un lieu collectif de débats organisés, comme un véritable « espace public », pour reprendre l'idée du philosophe et sociologue allemand Jürgen Habermas. C'est cependant le rôle que se donne le monde médiatique ; celui de pilier de la démocratie, de quatrième pouvoir, de « terrain

d'exercice du raisonnement public » (Gingras, 1999, p. 13). Pourtant, il y a tout lieu de critiquer cet idéal d'implication, qui décrit avec « une nostalgie parfois naïve l'espace public bourgeois d'antan, peuplé de citoyens rationnels et politisés, plus conforme aux idéaux des Lumières [qu'à la réalité du XXI<sup>e</sup> siècle] » (Neveu, 1994, p. 24).

Les médias de masse bouleversent notre mémoire collective. Pour Christopher Lasch (2001), la démocratisation de la culture, laquelle est souvent identifiée au capitalisme, n'est pas le synonyme d'une émancipation mais bien d'une assimilation aux exigences du marché. On entre donc dans une logique marchande, où l'information n'est qu'un pur produit. Les taux d'audience déforment et dénaturent la mission première des médias d'informations :

Le mode de domination a changé [...], la soumission aux puissants en place ayant été remplacée par la soumission aux lois impersonnelles et anonymes du marché économique qui s'exprime sous la forme objective des taux d'audience que les directeurs de chaîne font placarder dans les locaux de télévision. (Muhlmann, 2004, p. 44)

Comme l'explique Robert McChesney, la réalité médiatique suit la logique selon laquelle les grands médias « n'ont rien à dire, mais beaucoup à vendre » (Chomsky et McChesney, 1999. p. 110), une logique purement commerciale, imposant ainsi des limites très contraignantes – et bien sûr dans un but intéressé – aux champs culturel et politique. L'information est devenue marchandise et le but des productions médiatiques est de générer les profits de l'entreprise. Et dans ce système où les grands groupes propriétaires de médias contrôlent aussi d'autres secteurs (publication de magazines, de livres, production de disques, cinéma, télévision), tout doit converger vers le but unique de vendre davantage, en faisant la promotion de leurs différents produits. C'est ainsi que la quasi-totalité des productions culturelles sont à l'image des intérêts des propriétaires, rendant la culture homogène et mercantile.

Comment, dans un tel contexte, peut-on espérer avoir accès à une information de qualité ? Il s'agit davantage de fabrication de l'information en fonction du marché, puisque politique et commerce évoluent conjointement. Lorsque les

intérêts des groupes médiatiques ne sont plus guidés par une volonté d'informer et de créer un espace propice au débat public, il y a danger, grave danger. La démocratie est bafouée, le rôle du citoyen est éclipsé au profit de celui du « consommateur » ; les prises de positions deviennent homogènes, tuant du coup toute idée de débat. Tout cela devient plutôt inquiétant.

### **1.2.3 La télévision dans la logique d'immédiateté des médias de masse**

Les médias de masse, particulièrement la télévision, impliquent la subordination du langage à l'image. Cette dernière remplace les mots ; l'instantanéité se substitue à la réflexion ; le rationnel cède la place à l'émotionnel. La télévision, en tant que mode de conversation visuel par excellence, requiert un contenu différent des autres médias. Un contenu élémentaire, abrégé, qui va de paire avec sa structure fondamentale. Ainsi, pour Neil Postman (1986), la forme détermine la nature du contenu. Si les livres, de par leur nature propre, permettent au lecteur de se questionner, de comparer, de douter, ce n'est guère le cas avec la télévision. Cette dernière ne permet pas le questionnement, faute de temps ; ne se prête pas à la comparaison, faute de contexte et ne tolère pas le doute puisque que voir, c'est croire. La télévision se place donc dans un rapport d'immédiateté face au réel, ce qui tend à détruire l'espace critique.

« Quand le langage est l'instrument qui guide la pensée, il ne peut échapper à la signification [...] ; les mots n'ont guère d'autre qualité que celle d'être porteurs de signification » (Postman, 1986, p. 72). Or, quand ce qui oriente notre pensée est l'imagerie – la télévision, dans le cas qui nous intéresse –, comment ne pas avoir une compréhension chétive du monde qui nous entoure ? C'est le langage qui rend intelligible la complexité du monde, non pas une image fragmentaire présentée en boucle sur un écran de télévision. Si le discours public actuel est si souvent vide de sens, il faut se rendre à l'évidence que le passage d'une civilisation du langage à une civilisation de l'image y est sans doute pour quelque chose.

On nous donne l'illusion que nous avons la possibilité de choisir, alors qu'en réalité, nous choisissons à travers les formes de cultures existantes, édifiées, voire récupérées, par les médias de masse eux-mêmes (Lasch, 2001). Des produits culturels qui nous ressemblent, nous confortent et nous projettent une image de nous-mêmes qui nous soit tolérable et qui esquivent toute possibilité de remise en question. À propos du marché de masse, Christopher Lasch soutient qu'il « détruit l'intimité, décourage l'esprit critique et rend les individus dépendants de la consommation » (Lasch, 2001, p. 32). Il serait donc plus facile de se rassembler pour « consommer » des insignifiances que de fournir un réel effort d'introspection et de distanciation critique. Certes, les médias de masse ont leur lot de balivernes, mais ils sont surtout le lieu d'une telle confusion des genres qu'il est plus aisé de suivre le flot incessant d'images, de discours décousus et de futilité que de s'interroger face à celui-ci. Ainsi, alors qu'on croit fermement, en démocratie, avoir le contrôle sur ce que l'on consomme, « nos choix sont [trop souvent] réduits à la seule liberté de choisir entre des marchandises similaires » (Lasch, 2001, p. 32).

Un exemple criant de cette éviction de la pensée critique au sein des médias de masse concerne les personnalités publiques. Ces dernières sont reconnues pour leur allure, leur physique, leur art oratoire, parfois, mais certainement pas – ou si peu – pour leurs réflexions sur le monde. Il peut difficilement en être autrement d'ailleurs, puisque tout ce que l'on nous donne à voir d'eux, ce sont des prestations éclairées vides de contenu sur nos écrans de télévision. On ne se questionne plus à savoir si ce qu'elles ont à dire, ce qu'elles pensent, nous rejoint en tant que citoyen du monde ; on se contente de se demander « quel est celui [ou celle] dont l'image réussit le mieux à toucher et à apaiser les racines profondes de notre malaise (Postman, 1986, p. 181).

L'accession à la sphère publique n'est plus le fruit d'une force du langage, mais bien d'une splendeur de l'image. Et qui se porte juge de cette image ? Nos médias, bien entendu. Car n'accède pas qui veut à la large tribune que sont les

médias de masse. Encore faut-il que le personnage cadre avec l'idée que se font les médias de ce dernier, ou plutôt avec la perception qu'ont les médias de l'idée que se fait le plus grand nombre du personnage en question. Combien de marginaux ont tenté, en vain, d'instrumentaliser les médias de masse à des fins critiques ? Là n'est pas la solution, puisque « les médias de masse ne donnent accès à une plus large audience qu'en imposant, en même temps, leurs propres conditions » (Lasch, 2001, p. 62).

Cette « montée de l'insignifiance », pour reprendre l'expression de Cornelius Castoriadis, serait ainsi attribuable en partie à une « élite politique réduite à appliquer l'intégrisme néolibéral » (Castoriadis, 1998, p. 9). Une élite de personnalités publiques qui, plutôt que de faire dans le politique, se contente de prendre part à la course aux suffrages. « Aujourd'hui, dans notre pseudo-démocratie, accéder au pouvoir signifie être télégénique, flairer l'opinion publique » (Castoriadis, 1998, p. 16). Ce « vedettariat politique » tend d'ailleurs à enfermer le politique dans des considérations de plus en plus stratégiques. Il y a évacuation du débat véritable au profit de stratégies politiques. Les classes politiques ne se battent plus pour faire valoir leurs idées; il n'y a même plus de lignes de parti, encore moins de programmes politiques qui soient clairement définis. La vie politique actuelle consiste à courtiser l'opinion publique, à toucher le citoyen et à apaiser ainsi les racines profondes de son malaise. La résultante de tout cela : l'espace public a de moins en moins à voir avec la réflexion. Il se transforme de plus en plus en un espace publicitaire où l'on fait la promotion de personnalités publiques. Et une fois au pouvoir, il suffit de suivre le courant, de ne pas se placer trop à gauche, ni trop à droite, de ne pas trop dévier de l'image que la majorité a de ce qu'est un bon politicien – ou un « moins pire ».

Dans une telle conjoncture, comment devenir des citoyens libres, autonomes, aptes à participer à la discussion et à même d'intégrer le débat public? Pour Castoriadis, cela peut et doit passer par l'éducation. Non pas par « l'éducation instrumentale », organisée de manière à nous apprendre une occupation

professionnelle, mais bien par l'éducation citoyenne, celle qui « amène ceux qui sont éduqués – et pas seulement les enfants – à s'interroger constamment pour savoir s'ils agissent en connaissance de cause plutôt qu'emportés par une passion ou par un préjugé (Castoriadis, 2000). La démocratie serait donc affaire d'éducation. Et pour parler de véritable activité éducative sur le plan politique, Castoriadis est d'avis qu'il « faudrait enseigner une véritable anatomie de la société contemporaine : comprendre comment elle est, comment elle fonctionne (Castoriadis, 1998, p. 29) plutôt que de s'en tenir à des discours vides de sens. Or, si l'on prend l'éducation telle qu'elle se présente aujourd'hui, elle n'a absolument rien à voir avec cet idéal participatif.

Où est la responsabilité citoyenne dans nos sociétés actuelles? Enfouie sous le poids des spécialistes, experts et autres soi-disant « professionnels » mieux ferrés que le simple citoyen pour comprendre ce qui est bon pour lui. « Alors que les gens devraient s'habituer à exercer toutes sortes de responsabilités et à prendre des initiatives, ils s'habituent à suivre des options que d'autres leur présentent ou à voter pour eux » (Castoriadis, 1998, p. 17). L'apathie politique est palpable aujourd'hui. Il y a cette résignation généralisée de la part du citoyen qui se dit : « C'est peut-être mauvais, mais l'autre terme de l'alternative est pire » (Castoriadis, 1998, p. 24). Pourquoi personne – ou si peu de gens – ne s'oppose à la pensée unique libérale? Pourquoi n'y a-t-il plus ce conflit social et politique au sein de la société? Les gens sont-ils à ce point désillusionnés qu'ils n'osent plus contester l'ordre établi ? Sont-ils tout simplement trop occupés ailleurs?

Y a-t-il quoi que ce soit qui puisse être fait pour redonner à la société ce goût du débat public qui est le propre de la démocratie? De l'avis de Cornelius Castoriadis, « une nouvelle création imaginaire est requise, qui mettrait au centre de la vie humaine d'autres significations que l'expansion de la production et de la consommation » (1996, p. 95). Mais comment y arriver à l'heure où, presque partout dans le monde, l'économie est devenue une fin et non un moyen? Bien que certains mouvements semblent se mettre en place pour lutter contre la

rationalité économique, la population ne suit pas, ou si peu. Il est tellement plus facile de subir que d'agir. À une certaine époque, pourtant, des gens se sont battus pour dénoncer les injustices qui avaient cours dans leurs sociétés. Ils ont revendiqué, entre autres, le droit à la liberté d'expression, qu'ils jugeaient essentiel à la prise en charge collective du débat public. Ces citoyens ont combattu la tradition, ils ont voulu en finir avec le statu quo, ce qui est, compte tenu des circonstances de l'époque, tout à leur honneur. Mais en luttant si fort contre la réalité de cette ère, ils ont aussi rendu possible le développement d'un autre modèle, peut-être tout aussi dangereux, voire même plus, que le précédent, à savoir le capitalisme, c'est-à-dire ce « mouvement perpétuel d'une auto-ré-institution de la société censément « rationnelle », mais essentiellement aveugle, par l'usage sans restriction de moyens (pseudo-) rationnels en vue d'une fin (pseudo-) rationnelle » (Castoriadis, 2000, p. 20). En résumé, une société comme la nôtre, c'est-à-dire passive parce qu'elle ne croit plus en sa capacité de s'auto-construire collectivement; aveugle parce que soumise à une telle quantité d'insignifiances qu'elle ne parvient plus à discerner les voies discordantes qui permettraient son émancipation et son engagement politique et, enfin, enfermée dans le conformisme parce qu'inadéquatement préparée à la pluralité d'opinions et à la réflexion.

### **1.3 Une télévision publique en quête d'identité**

En matière de conformisme et de paresse intellectuelle, bien peu d'activités culturelles ou sociales atteignent un niveau comparable à celui de la télévision. « Si lire ou même écouter nécessite une attention plus ou moins soutenue, la télévision autorise une consommation passive, presque régressive. » (Couture, 2005, p. 9) Le média de masse télévision, soumis aux modes du moment, a tendance à décourager l'esprit critique et à subordonner les individus à une consommation de programmes où s'entrechoquent de plus en plus – se confondent même – information, divertissement et émotion.

Certains critiques furibonds reprochent d'ailleurs à la télévision d'être un outil de standardisation et d'homogénéisation culturelle (Adorno et Horkheimer 1974 ; Chomsky et McChesney, 1998) Certes, la télévision a ses vices, ils sont nombreux ; nous les avons explicités et les préciserons encore davantage dans le cadre de ce mémoire. Mais nous sommes également d'avis que, pour qu'une véritable réflexion soit faite sur le média de masse en question, il est primordial de « savoir ce que l'on peut demander à la télévision, ce qu'elle peut apporter, ce à quoi elle sert, mais également ce qu'il ne faut pas lui demander, ni en attendre » (Wolton, 1990, p. 10). Car le médium télévision, qu'il soit public ou privé, a ses limites. On ne peut exiger de la télévision d'être autre chose que ce qu'elle est fondamentalement, c'est-à-dire des images et du lien social :

Le divertissement et le spectacle renvoient à l'image, c'est-à-dire à la dimension technique. Le lien social renvoie à la communication, c'est-à-dire à la dimension sociale. Telle est l'unité théorique de la télévision : associer deux dimensions, techniques et sociales [...] L'idéologie technique surestime le rôle de l'outil ; l'idéologie politique, à l'inverse, surestime le rôle que l'on peut lui faire jouer. (Wolton, 1990, p. 12)

Si, partout dans le monde, la création de télévisions dites publiques a permis de cultiver d'énormes perspectives d'avenir quant au média télévisuel, il faut aujourd'hui convenir du caractère chimérique de nombre de ces attentes. « La télévision [...] l'un des symboles les plus spectaculaires de la démocratie de masse [...] est investie de tous les espoirs, tout en étant incapable de les satisfaire. » (Wolton, 1990, p. 11) Publique – c'est là où le bât blesse – comme privée, la télévision du XXI<sup>e</sup> siècle est à des lieues des idéaux démocratique et culturel qui l'ont vu naître. La télévision d'aujourd'hui n'est rien de moins qu'une industrie visant à réunir un large auditoire : « ce qui est demandé aux professionnels de l'industrie audiovisuelle, c'est de rassembler le maximum de "clients". Plaire, séduire, fédérer sont ainsi les maîtres mots d'une télévision dont chaque instant de diffusion est devenu une marchandise » (Couture, 2005, p. 8). Affirmation choc, reflétant pourtant bien la réalité, que nous préciserons dans ce chapitre sous l'angle de l'évolution de l'environnement télévisuel québécois. Cette approche nous permettra de replacer notre problématique dans son contexte

historique et politique, en présentant la télévision publique de Radio-Canada de ses origines jusqu'aux enjeux actuels, qui ébranlent ses principes directeurs.

### **1.3.1 Fondements de l'idée de service public de télévision**

Le mandat des télévisions publiques est sensiblement le même partout dans le monde : proposer une large programmation qui renseigne, éclaire et divertit. Ainsi, il est du devoir de la télévision publique d'être un lieu de rassemblement – de référence même – où se reflète l'identité d'une nation et où la valeur centrale est l'amélioration de la vie démocratique et culturelle. D'ailleurs, « ce fut l'idée, répandue chez les premiers professionnels de la télévision, les hommes politiques, les intellectuels et l'élite cultivée en général, que la télévision bien utilisée peut être un fantastique outil de démocratisation culturelle » (Wolton, 1990, p. 22). Le terme « bien utilisé » est crucial ici puisqu'aux origines de la télévision, ses gestionnaires avaient encore en tête les dérapages de la radio l'ayant précédée. Les usages faits, en Allemagne sous le régime nazi et en Argentine sous la dictature de Juan Perón, entre autres, du média de masse radiophonique avaient de quoi inquiéter les démocraties occidentales eu égard au potentiel « endoctrinant » de la télévision. C'est pour cette raison, entre autres, que la télévision des années 1950 s'est organisée sur un mode public, au Canada comme ailleurs dans le monde. Or, si le mode public de développement de la télévision a permis d'éviter les glissements despotiques passés, il reste qu'une autre forme de « dictature » a graduellement envahi les ondes : celle de l'émotion, pour reprendre l'expression fétiche de Xavier Couture. Nous y reviendrons.

Au Canada, le service public de télévision s'est développé dans le contexte du déploiement de l'État providence (1945-1975). À cette époque, l'État prend en charge nombre d'activités industrielles et de services jusque-là délaissée par l'entreprise privée – l'éducation et la santé, entre autres. Le keynésianisme, doctrine britannique qui préconise une participation de l'État dans l'économie, n'est pas étranger à ce soudain élan d'interventionnisme. C'est d'ailleurs dans ce

contexte qu'émerge l'idée d'organiser la radiodiffusion canadienne sur une base publique, voire même de la nationaliser.

La toute première enquête canadienne sur la radiodiffusion, la commission Aird (1928), exprime déjà cette nécessité. La crainte de voir une radio calquée sur celle des États-Unis s'étendre en sol canadien explique en bonne partie cette attitude nationaliste. C'est cette même appréhension qui guidera d'ailleurs le développement de la télévision publique canadienne, que l'on souhaite voir agir en guise de contrepoids face à ce qui se fait aux États-Unis. Or, les stations privées canadiennes, déjà regroupées à l'époque sous l'égide de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs (ACR), ne voient pas d'un très bon œil cette idée de service public, qui menace dans une large mesure leur présence en région. C'est pourquoi la commission Massey de 1952 recommandera le développement d'un service de télévision mixte, mettant à profit tant le public que le privé. La Société Radio-Canada obtient alors le mandat de déployer un réseau national de télévision avec la participation du privé. Deux stations maîtresses publiques : CBFT Montréal et CBLT Toronto sont créées, avec pour associées des stations locales privées qui sont en charge des postes régionaux. La SRC est donc en position de monopole, mais uniquement pour ce qui est du développement d'un réseau pancanadien.

À ses débuts, la Société Radio-Canada s'est présentée comme un moteur et un reflet de la culture canadienne. Sans vouloir faire injure à tous ceux qui prônaient des « idées nouvelles » avant 1952, Florian Sauvageau (1997) est d'avis que la télévision de Radio-Canada a certainement été un instrument de consolidation de la Révolution Tranquille. En plus d'être partie prenante d'un bouillonnement d'idées propre à cette époque, son avènement a conduit à la modification de plusieurs structures sectaires de la société, de même qu'à son ouverture sur le monde.

[La télévision] faisait "se rencontrer" des téléspectateurs dont les statuts, les revenus et les goûts particuliers différaient. La télévision, peut-on dire, remplissait un rôle démocratique : les réseaux tentaient d'être la télévision de tous, en offrant une programmation diversifiée et en s'efforçant de rendre les différents programmes accessibles à chacun. La télévision a fourni à plusieurs téléspectateurs l'occasion de voir et d'entendre des œuvres et des artistes qui leur seraient restés étrangers autrement. (Atkinson, 1998, p. 11)

Ainsi, c'est sur une base démocratique que le gouvernement du Canada inaugure, le 6 septembre 1952, la télévision publique francophone – bien que bilingue à ce moment – de Radio-Canada (CBFT). Les propos du directeur de la télévision de l'époque, M. Aurèle Séguin, sont d'ailleurs très clairs, quoique légèrement pompeux, quant aux vertus « civilisatrices » du média : « la télévision, en effet, devra collaborer à l'édification et à l'élaboration de la cité, se faisant la servante des plus hautes valeurs en vue d'acheminer l'Homme vers ses fins les plus nobles » (Proulx, 2005). Ce jalon de l'univers télévisuel canadien respecte alors largement son rôle d'espace public médiatisé et assoit sa toute puissance sur sa capacité à être le lieu de rassemblement de téléspectateurs de tous acabits.

De *La Famille Plouffe* à *La Soirée du Hockey*, en passant par *Cré Basile* et *Format 60*, les émissions de divertissement et d'information, en nombre limité, faisaient l'objet des conversations du lendemain. La télévision jouait pleinement son rôle de média de masse et de forum public. (Atkinson, 1998, p. 10)

Parce que publique et généraliste, la télévision de Radio-Canada est à la fois éducative et populaire et conçoit des programmes qui sont à même de stimuler la réflexion et de permettre une ouverture sur le monde à ses téléspectateurs. Le contexte de l'époque se prête bien à la concrétisation des mandats fondamentaux de la Société qui consistent, au même titre qu'aujourd'hui, à informer, éduquer et distraire, avec pour différence fondamentale que, « sans concurrence, la télévision d'alors ne s'embarrasse pas de contraintes de marché » (Couture, 2005, p. 18) et peut ainsi consacrer ses énergies à l'élaboration d'une programmation qui soit à la hauteur de sa mission de service public.

### **1.3.2 Évolution de l'environnement télévisuel canadien : du monopole de la télévision publique généraliste à son déclin**

Une cinquantaine d'années après son entrée en ondes, qu'en est-il du caractère « démocratisant » de la télévision publique ? Si le triple mandat initial de la Société n'a subi aucune modification majeure au fil des ans (Atkinson, 1993, p.170), l'environnement télévisuel au sein duquel il se déploie a pris, pour sa part, des allures aux antipodes de ce qu'il était en 1952 : la télévision est, aujourd'hui, une industrie. L'émergence de nombreuses chaînes privées et spécialisées, la diminution des ressources financières mises à la disposition de la SRC de même que la course effrénée aux revenus publicitaires et aux cotes d'écoute à laquelle celle-ci se prête sont des aspects à prendre en considération lorsque l'on questionne la capacité de la Société à respecter son mandat de télévision publique démocratique.

D'ailleurs, le « monopole » de la SRC fut bref. Dès 1957, le rapport Fowler reconnaît la cohabitation du public et du privé et, déjà, l'idée de « vendre » s'ajoute aux mandats initiaux de la Société. L'ère dite contemporaine de la télévision se précise encore davantage avec la loi sur la radiodiffusion de 1958 qui remet radicalement en cause la politique de canal unique. La création de réseaux privés est alors permise ; il suffira de quelques années à peine pour que Télé-Métropole (1961), la première chaîne privée généraliste québécoise, voit le jour, avec les critères de rendement et de profit guidant toute entreprise privée.

Les tendances récentes à la privatisation, à la libéralisation et à la marchandisation auront un impact certain sur les idéaux démocratique et culturel de la SRC. La remise en cause de l'État en tant que gestionnaire, de même que l'ouverture des marchés à la concurrence porteront le coup final au « règne » de la Société. La rentabilité économique et l'innovation technologique sont dès lors les maîtres mots de l'industrie de la radiodiffusion.

Les forces conjuguées de la mondialisation de l'économie et des télécommunications ont conduit au recul de l'État et au transfert de diverses responsabilités au secteur privé. Le rôle des télécommunications est essentiel dans cette mutation. La technique est à la fois l'outil et l'alibi de la mondialisation. (Sauvageau, 1997, p. 105)

Pour réfléchir sur le déclin de la télévision publique de Radio-Canada, il faut se situer dans un cadre plus large de l'étiollement généralisé du secteur public, en partie attribuable à l'essor de l'économie de marché. L'État, comme tant d'autres institutions régulatrices, est perçu comme une entité rétrograde. On lui reproche de porter atteinte à la « sacro-sainte souveraineté du consommateur » (Sauvageau, 1997, p. 109), en plus de nuire au libre mouvement des entreprises et des capitaux. Les barrières tarifaires qu'il impose ne cadrent plus avec la volonté de libéralisation des industriels. Et comme le politique, en tant qu'instance jusque-là autonome, tend à être totalement absorbé par l'économique (Latouche, 1997), les mécanismes du marché intègrent et surplombent graduellement tous les aspects de la vie en société, la radiodiffusion y compris. Le privé se présente dès lors comme une solution. « L'évolution technique rend, dans bien des domaines, illusoire et obsolète toute volonté d'intervention de l'État : cela accrédite la thèse plus générale selon laquelle l'État doit laisser libre cours au marché. » (Sauvageau, 1997, p. 105)

Il ne s'agit pas ici de faire le procès du secteur privé et de louer le public, qui a certes des leçons à tirer du privé – entre autres au niveau de l'allègement de ses mécanismes administratifs et de sa faculté d'adaptation rapide aux situations inédites – mais de prendre conscience que « le danger, c'est qu'on confonde les deux secteurs, qu'on en oublie les finalités différentes et la mission de service du secteur public » (Sauvageau, 1997, p. 106), notamment en matière de radiodiffusion. Les objectifs des télévisions privées sont clairs : aller chercher les meilleures cotes d'écoute possibles, parce que leurs revenus publicitaires dépendent de ces succès d'écoute et qu'en bout de ligne, elles ont des comptes à rendre à leurs actionnaires. Il s'agit là de la loi du marché de la consommation, un principe quasi inébranlable que nous ne remettons aucunement en question dans le cas des chaînes privées. Or, il importe de garder à l'esprit que :

L'idée de service public implique que certaines activités sociales doivent échapper, en raison de la nature des intérêts qu'elles mettent en jeu, à l'application de la logique marchande et être gérées selon des principes de gestion spécifiques : donnant à tous la possibilité d'accéder à certains biens, les services publics apparaissent comme des instruments de liberté, d'égalité et de solidarité indispensables à l'équilibre social. (Sauvageau, 1997, p. 111)

Bref, lorsque l'on réfléchit sur le rôle de la télévision publique, il est impératif, selon nous, qu'il se situe en dehors du modèle commercial. Les parts d'auditoire et l'impact direct que ces dernières ont sur les revenus publicitaires ne doivent pas avoir raison du mandat initial de la télévision publique généraliste. Un idéal de plus en plus ardu à atteindre, notamment avec la « redéfinition du rôle de l'État, arrimé plus que jamais aux intérêts du secteur privé et privilégiant la production indépendante aux dépens du support à la radiodiffusion publique » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 54).

Si, « jusqu'à la deuxième moitié des années 1980, les chaînes généralistes [publique (SRC) comme privée (Télé-Métropole)] au Québec [...] étaient rois et maîtres d'un système télévisuel où la concurrence était limitée » (Atkinson, 1998, p. 9), la réalité actuelle est tout autre. Les chaînes généralistes, particulièrement la SRC, n'ont plus l'importance qu'elles avaient autrefois. D'autres acteurs sont désormais en jeu, plus puissants, indépendants et apparemment plus à même de pallier aux pressions qu'imposent la mondialisation et la marchandisation de la culture. Pensons entre autres ici à Téléfilm Canada, cet organisme culturel fédéral, levier du secteur privé, qui apporte supports financier et stratégique à l'industrie audiovisuelle canadienne. Il va de soi qu'il est intéressant pour le gouvernement de soutenir la production privée puisqu'un marché dominé par l'entreprise privée est soi-disant plus dynamique et favorise les innovations techniques, deux jalons du virage techno-économique propre aux années 1980. Or, en augmentant le financement alloué à de tels organismes, le gouvernement n'a d'autre choix que de « couper » ailleurs ; et c'est le budget public de la SRC qui s'en trouve miné.

Parallèlement à la création de divers organismes gouvernementaux voués au développement de l'industrie audiovisuelle, rappelons aussi que le comité Applebaum-Hébert recommandait, en 1982, de supprimer la production de la

SRC, exception faite de celle liée à l'information. Comment, dans une telle conjoncture, offrir une programmation de qualité à l'image de ce que doit proposer un service de télévision publique ? La production relevant désormais en majeure partie du secteur privé, dont l'objectif ultime est de produire des émissions qui vont assurément plaire au plus grand nombre et ainsi assurer une plus large part de profit, il est à noter que les caractères éducatif, démocratique et culturel des programmes battent de l'aile à la SRC. Florian Sauvageau est plutôt cynique à ce sujet :

On a vidé l'institution de ses artisans, qui travaillaient sans doute moins vite que ceux du secteur privé, mais qui avaient par contre développé une culture de la qualité et du travail soigné correspondant aux valeurs et à la mission du service public ; dans le cas des dramatiques par exemple, au réseau français, on a remplacé les auteurs, de grands écrivains dont le talent et la profondeur des œuvres avaient fait l'originalité des téléromans, par l'usine des téléfilms, à la Hollywood, où le clinquant de la facture masque souvent la superficialité de scénarios préparés à la chaîne et la faiblesse affligeante de l'écriture. (Sauvageau, 1997, p. 107)

Or, le déclin de la télévision publique de Radio-Canada n'est pas attribuable qu'à une atrophie en matière de productions originales. La fin des années 1980 et les années 1990 seront le lieu de grands bouleversements en matière de radiodiffusion. Dès 1986, l'entrée en scène de Télévision Quatre Saisons (TQS) – autre chaîne généraliste privée –, « peut être considérée comme le véritable grand choc subi par les deux grands réseaux de télévision [Radio-Canada et Télé-Métropole] présents jusque-là sur le marché francophone québécois » (Atkinson, 1998, p. 12). La programmation, qui se présentait comme le nerf de la guerre des deux chaînes généralistes, sera progressivement relayée aux oubliettes. C'est que « cette activité est bousculée par le besoin de maintenir l'intérêt des clients, c'est-à-dire des annonceurs, pour ce produit dorénavant moins facile à attirer ou à conserver : l'auditoire » (Atkinson, 1998, p. 12). D'ailleurs, « la belle époque où les chaînes généralistes francophones se partageaient le gros de l'auditoire à deux, puis à trois joueurs n'est plus. Le CRTC a modifié l'ensemble du secteur de la programmation en accordant de nouvelles licences pour des chaînes spécialisées. (Atkinson, 1998, p. 12)

Une première vague de licences sera ainsi accordée en 1987. Seront créées : le Canal famille (depuis 2001 : VRAK TV), Météomédia, MusiquePlus, TV5 et le Réseau des Sports (RDS). Suivront, dès 1995 : le Canal D et le Réseau de l'Information (RDI). Une autre vague viendra bouleverser le paysage, dès 1997, avec la création, entre autres, du Canal Nouvelles (LCN), du Canal Vie, de Musimax et de TELETOON. On note déjà une transformation radicale de l'univers télévisuel québécois. Le nombre de chaînes s'est multiplié, tout comme les attraits potentiels des téléspectateurs et des annonceurs. « Considérés un à un, les canaux spécialisés n'ont rien pour inquiéter les chaînes généralistes. Mais ensemble ces canaux grugent de l'écoute. » (Atkinson, 1998, p. 13) D'ailleurs, la conséquence majeure de l'entrée en scène de ces chaînes est que la part d'audience – tout comme la part des revenus publicitaires d'ailleurs – est de plus en plus fragmentée.

À l'instar de l'auditoire, les annonceurs ne sont plus captifs des chaînes généralistes. [...] Là encore, c'est le nombre de chaînes qui devient inquiétant avec le temps. À court terme, cependant, il faut comprendre que l'arrivée des chaînes spécialisées permet d'ouvrir l'accès à la télévision pour des annonceurs qui ne pouvaient « se payer » les chaînes généralistes et qui s'intéressent aux chaînes spécialisées en raison du type de produit qu'ils ont à vendre. (Atkinson, 1998, p. 16)

Les possibilités pour les annonceurs de cibler des clientèles spécifiques sont quintuplées. De deux – voire trois – chaînes généralistes francophones, nous sommes passés, en l'espace d'une décennie à peine, à près d'une quinzaine de réseaux de tous genres confondus (généralistes, payants, spécialisés). Et la prolifération de ces canaux n'est pas prête de s'arrêter. Le nouveau millénaire a vu naître d'autres chaînes spécialisées : Canal Évasion, Historia, Séries + et Canal Z (aujourd'hui Ztélé) en 2000, talonnées de près par VRAK.TV et ARTV en 2001. Tout cela sans compter les récentes licences attribuées aux chaînes payantes et numériques francophones (Canal Argent, Avis De Recherche, Mystère, Prise 2, Réseau Info-Sport) et les autres licences en instance d'être accordées.

Pour la SRC, cette ébullition télévisuelle a un impact encore plus grand que pour les autres chaînes généralistes privées. Pour compenser la baisse des recettes

publiques lui étant attribuées, la Société a développé un service de marketing comparable à celui des chaînes privées ; la publicité y occupe désormais une place tout aussi centrale. C'est d'ailleurs dans cette foulée que de virulentes critiques ont émergées, tant de la part du public que des télévisions privées à l'effet que la SRC était devenue une « télévision commerciale subventionnée ». Le cercle vicieux de la compensation de la baisse des recettes publiques par la quête de revenus publicitaires et, par ricochet, de cotes d'écoute a un impact certain sur la programmation de la Société. Et bien que la télévision publique, moins dépendante des pressions du marché parce qu'en partie financée par l'État, puisse se permettre d'innover et de prendre davantage de risques en terme de création, il reste que, graduellement, ce que tend à proposer la SRC ressemble étrangement à ce que l'on retrouve ailleurs, sur les ondes des télévisions privées.

Le pire est arrivé. La télévision publique (le réseau français en tout cas) ressemble chaque jour un peu plus à la télévision privée. Elle n'a plus de service public que le nom, amputée de ressources importantes, mais aussi dominée par les valeurs commerciales qui animent maintenant ses gestionnaires. (Sauvageau, 1997, p. 104)

La distinction évidente, à une certaine époque, entre la Société Radio-Canada et les chaînes généralistes privées s'étiole de plus en plus à chaque nouveau lancement de programmation. Les émissions proposées par la télévision publique se font de plus en plus racoleuses et misent largement sur le divertissement. N'est-ce pas là ce qu'entendait Cornelius Castoriadis par « conformisme généralisé » et « montée de l'insignifiance » ?

## CHAPITRE II

### **Le discours de la Société Radio-Canada ou la promotion d'une télévision publique démocratique et culturelle**

Depuis le début des années 1990, les accusations fusent de toutes parts à l'effet que la SRC aurait perdu son âme dans une course effrénée aux revenus publicitaires et aux cotes d'écoutes.

La concurrence avivée et encouragée par les pouvoirs publics ainsi que la suprématie de la fonction de distribution ont poussé encore davantage les diffuseurs à concevoir leurs émissions comme des produits parmi tant d'autres, devant absolument attirer l'attention et accroître les cotes d'écoute qui en permettent la vente et le financement. (Tremblay et Harvey, 1991, p. 73)

Il est évident que les changements de stratégies opérés à la SRC en matière de programmation doivent être interrogés dans le contexte des profondes mutations qu'a subi l'industrie télévisuelle au cours des 25 dernières années. La concurrence, avivée par l'éclosion de nombreuses chaînes généralistes privées, ainsi que le sous-financement de la télévision publique nationale sont notamment à prendre en considération. Or, la logomachie entourant les termes de culture et de démocratie, palpable tant chez les dirigeants de la SRC qu'au sein de la population en général, est également à examiner lorsqu'il est question de jauger du caractère démocratique et culturel de la télévision publique de Radio-Canada. Nous y reviendrons plus largement au chapitre III.

Afin de mettre en lumière l'évolution de la programmation de la SRC de 1952 à aujourd'hui, nous présenterons, dans un premier temps, les conclusions les plus marquantes, eu égard à notre sujet de recherche, de divers rapports et analyses scientifiques portant sur la télévision de Radio-Canada. Ces conclusions nous serviront de base théorique lorsque viendra le temps de profiler les stratégies de programmation adoptées par les dirigeants de la SRC au cours de la dernière

décennie. Nous analyserons également un corpus des programmations, discours directeurs, échos médiatiques et controverses ayant entouré les pratiques radio-canadiennes récentes comme passées. L'examen de tels documents, quoique sommaire, nous permettra de dégager certains points saillants de l'évolution de la programmation de la SRC, dont la place considérable aujourd'hui attribuée au divertissement sur ses ondes de même que la dévalorisation de la mission d'information.

## **2.1 Revue de la littérature portant sur la Société Radio-Canada**

Les analyses, recommandations et autres études portant sur la télévision sont nombreuses. Tantôt, elles permettent à ses gestionnaires de développer une vision d'avenir de la télé ou de la ramener vers des principes plus fondamentaux, tantôt ces rapports dorment derrière les portes des ministères ou sur le bureau des dirigeants de l'industrie télévisuelle, sans que quiconque ne porte attention aux recommandations qu'ils contiennent. Pourtant, nombre d'études menées par divers groupes de travail en disent long sur l'état du média télévisuel. Même les rapports datant des années 1980 ou 1990 sont le reflet d'une conjoncture encore très actuelle en 2007. À travers une analyse de certaines études sélectionnées pour leur pertinence relativement à notre sujet de recherche et portant sur la télévision, nous tâcherons de prendre le pouls de l'environnement télévisuel québécois et plus particulièrement de situer la programmation de la télévision de Radio-Canada dans cet univers en mouvement.

### **2.1.1 Le Rapport Caplan-Sauvageau : chronique d'un déclin annoncé**

Le rapport du Groupe de travail fédéral sur la politique de radiodiffusion, médiatisé sous le nom de rapport Caplan-Sauvageau, propose, dès 1986, d'accorder une place centrale à la SRC dans l'univers télévisuel québécois. Des 180 recommandations que formulent ses auteurs, deux retiennent particulièrement notre attention. D'abord, il s'avère essentiel, pour Gérard Caplan et Florian Sauvageau, d'augmenter encore davantage le contenu canadien présent sur les ondes de la SRC, mais surtout de lui donner les moyens de rivaliser décentement

avec ce qui se fait aux États-Unis. Bien que les téléromans soient, à l'époque, l'épine dorsale de la programmation radio-canadienne, le rapport souligne qu'il faudrait éventuellement renouveler les lieux de tournage. Des téléromans de l'ordre de *Rue des Pignons* (1966-1977), *Grand-papa* (1976-1979) et *Terre humaine* (1978-1984), bien qu'ils figurent au palmarès des plus écoutés sur les ondes de Radio-Canada, ayant franchi le cap des deux millions et demi de téléspectateurs pour un épisode donné, sont loin d'être des exemples de grandes captations. Avec quelques scènes à peine tournées en plans extérieurs et des décors qualifiés dans le jargon du milieu de « type cuisine », ces productions vieillissent mal comparativement à ce qui se fait désormais en sol américain. Ainsi, on note déjà une préoccupation, chez Caplan et Sauvageau, quant à la qualité des productions de la SRC, intimement liée à la crainte d'une « invasion » culturelle états-unienne. Cette récrimination du rapport, quoique tout à fait justifiée, est, à notre sens, une lame à double tranchant : la spécificité de la télévision québécoise étant largement attribuable à ses téléromans, ne risque-t-on pas, en s'inspirant des moyens américains, de voir apparaître sur les ondes de la télévision de Radio-Canada des copies « canadiennisées » de productions américaines ? Nous verrons plus loin que certaines productions typiquement radio-canadiennes ont inévitablement évolué en ce sens.

Une autre inquiétude des chercheurs concerne le relâchement quant aux émissions d'information et d'affaires publiques. Ces dernières seraient, à leur sens, déjà largement supplantées par les émissions de divertissement, d'où l'importance, pour Caplan et Sauvageau, de créer un autre réseau public qui rediffuserait la crème de ce qui se fait à Radio-Canada et offrirait aussi des productions originales dédiées à l'information et aux affaires publiques. Cette idée de second réseau, dès 1986, témoigne bien de l'appréhension marquée de voir les ondes de la SRC se transformer graduellement en un lieu essentiellement divertissant ; un pressentiment qui, à notre sens, est aujourd'hui le propre de la télévision de Radio-Canada.

### 2.1.2 Évolution de la stratégie de programmation des radiodiffuseurs

En 1991, Gaëtan Tremblay et Roch Harvey ont présenté une étude portant sur l'évolution des stratégies<sup>3</sup> de programmation des radiodiffuseurs traditionnels que sont Radio-Canada, Télé-Métropole, Radio-Québec et Télévision Quatre-Saisons. Les deux chercheurs ont identifié cinq éléments fondamentaux dans la stratégie d'adaptation des radiodiffuseurs : l'augmentation du volume de l'offre par une extension de la grille ; le ré-équilibrage des types de contenus en faveur du divertissement ; l'auto-promotion ; l'hybridation des genres télévisuels et la contre-programmation mimétique. De ces cinq constats, trois retiennent davantage notre attention dans le cadre de ce mémoire, parce qu'en lien direct avec la thèse que nous défendons.

#### *Le ré-équilibrage des types de contenus en faveur du divertissement*

Dans la foulée de ce que laissait présager le rapport Caplan-Sauvageau, les conclusions de l'étude menée par Tremblay et Harvey témoignent d'un recul généralisé de la télévision d'information<sup>4</sup>, particulièrement en heures de grande écoute<sup>5</sup>. « Les radiodiffuseurs ont choisi : la télévision reste un média d'information, mais elle est d'abord et avant tout un média de divertissement. Ce choix se traduit de plus en plus dans les grilles de programmation. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 59) La stratégie préconisée par les radiodiffuseurs traditionnels est donc de « sortir le plus possible l'information des créneaux horaires de grande écoute : programmer plus de divertissement de 19 à 23 heures en s'y prenant de la

---

<sup>3</sup> Notons que chez Tremblay et Harvey, le concept de stratégie ne renvoie pas nécessairement à un « plan d'action conscient et explicite » et n'est nullement synonyme de volonté. « Il s'agit plutôt d'un construit de chercheurs élaboré à partir de l'observation empirique de certaines régularités de comportement. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 56)

<sup>4</sup> Par télévision d'information, nous faisons d'abord référence aux bulletins de nouvelles présentant les événements d'actualité régionale, nationale et internationale. Relèvent également de cette catégorie les émissions d'affaires publiques prenant la forme « de reportages, d'entrevues, d'enquête, de débats ou de discussions et dont le but premier est de développer, d'analyser et d'interpréter des questions et des événements contemporains qui touchent des domaines liés à la politique, l'économie, la sociologie, l'agriculture, la science et la technologie, l'art, etc. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 78)

<sup>5</sup> Dans le cadre de ce mémoire, nous référons à l'heure de grande écoute comme étant cette période clé de la journée en matière d'écoute télévisuelle qui est circonscrite entre 19 h et 23 h.

manière suivante : maintenir la proportion actuelle de dramatiques<sup>6</sup> et de sports, augmenter celle des émissions de variétés<sup>7</sup> et d'intérêt général<sup>8</sup>. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 62)

La Société Radio-Canada n'échappe pas à cette nouvelle tendance. Si l'on observe attentivement les grilles de programmation de la SRC depuis 1991, on peut clairement conclure que cette propension s'est maintenue. Par exemple, les grilles automne-hiver 1993-1994 émises par la SRC ne laissent place qu'à deux émissions d'information en heure de grande écoute : *Enjeux*, le mercredi à 21 h, et *Le Téléjournal*, les jours de semaine à 22 h. Les autres cases incluses entre 19 h et 23 h cèdent l'antenne à des dramatiques, des émissions de variété ou des émissions d'intérêt général : *Taquinons la planète !*, *Cormoran*, *Sous un ciel variable*, *Surprise Surprise* et *La Petite Vie*, pour ne faire référence qu'à celles-ci.

Le scénario est sensiblement le même pour la programmation 2000-2001 de la SRC. Nous répertorions, pour cette période, quatre émissions d'information en heure de grande écoute : *Enjeux*, encore – bien que cette dernière s'apparente, à notre sens, de plus en plus aux émissions dites d'intérêt général, *Zone libre*, *Découverte* et *Le Téléjournal / Le Point*. Encore une fois, l'essentiel de la grille de Radio-Canada, en période de grande écoute, est constituée d'émissions de divertissement : *Un gars, une fille*, *4 et demi*, *Bouscotte*, *La Facture*, *Infoman*, etc. Les deux dernières émissions citées risquent d'en étonner plus d'un : sans doute certains diront-ils qu'il s'agit d'émissions d'information, puisque celles-ci permettent d'interpréter des questions d'ordre économique ou d'actualité. Nous conviendrons avec eux que le caractère, d'une part, sensationnaliste (*La Facture*)

---

<sup>6</sup> « Tout film et toute émission de télévision qui consiste à raconter une histoire soit imaginée de toutes pièces soit inspirée par un fait ou une personne réelle, et ce grâce au dialogue et à l'action. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 79)

<sup>7</sup> « Émissions de divertissement offrant à l'auditoire un spectacle composé d'un certains nombre de numéros, chansons, saynètes, danses, improvisations, etc. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 79)

<sup>8</sup> « Émissions à caractère divertissant, de renseignements et de conseils sur des questions relatives aux individus et à la vie quotidienne [...] prenant souvent la forme d'émissions-causeries, de magazines ou de portraits. Émissions de reportages de facture journalistique ayant un caractère marqué de sensationnalisme. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 79)

et d'autre, humoristique (*Infoman*), n'a rien à voir avec la définition, citée plus haut, que nous nous faisons des émissions d'information.

Enfin, la toute dernière grille de programmation émise par la SRC, c'est-à-dire celle de la saison 2006-2007, permet de confirmer les conclusions, toujours pertinentes aujourd'hui, de Tremblay et Harvey. Trois émissions seulement, en heure de grande écoute, se rangent du côté de l'information : *Zone libre*, *Découverte* et *Le Téléjournal*. Surclassées par les émissions de divertissement : *L'Auberge du chien noir*, *Le match des étoiles*, *L'heure de gloire*, *La Fureur*, etc., l'information fait piètre figure sur les ondes de la télévision publique nationale. Une autre tendance, clairement établie en 2007, et dont Tremblay et Harvey avaient déjà soulevé l'étendue et la gravité en 1991 concerne les « émissions hybrides, à cheval sur l'information et le divertissement. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 55) *La Facture*, *L'épicerie*, *Enjeux*, *La Fosse aux lionnes* et *Tout le monde en parle* sont autant d'émissions qui sèment le doute dans l'esprit du téléspectateur lorsque vient le temps de distinguer information et divertissement ; ce qui nous amène à réfléchir sur une autre des conclusions issues de l'étude menée par Tremblay et Harvey.

#### *L'hybridation des genres télévisuels*

« Pour faire face à la concurrence des autres diffuseurs conventionnels et des services spécialisés, les radiodiffuseurs ont tendance à pratiquer l'hybridation des genres, à marier information et divertissement à l'intérieur d'une même émission. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 64) Ainsi, ce que les chercheurs américains identifient comme étant de *l'infotainment* s'est également taillé une place de choix dans l'univers télévisuel québécois. Il est évident que cette pratique vise, d'abord et avant tout, à attirer un vaste auditoire. En limitant l'exposition du téléspectateur aux contenus jugés trop arides et en favorisant un traitement de l'information qui se veut facilement accessible à tous, les radiodiffuseurs espèrent voir leurs parts d'audience grimper. Il s'agit là d'une stratégie qui vaut son pesant

d'or et qui s'adapte bien au mot d'ordre actuel qui est celui du divertissement à tout prix. Tremblay et Harvey notent d'ailleurs que :

La catégorie *Intérêt général* est celle qui connaît la plus forte croissance entre 1982 et 1989. C'est justement l'une de celles qui se situent à la frontière du *Divertissement* et de *l'Information*. Elle comprend surtout des émissions-magazines traitant de sujets divers qui, bien qu'ayant un certain caractère informatif ou éducatif, n'abordent pas spécifiquement de questions dites d'affaires publiques. Cette catégorie a tendance à devenir de plus en plus une catégorie « fourre-tout ». (Tremblay et Harvey, 1991, p. 64)

Force est de constater que plusieurs émissions d'information tendent à être contaminées par le spectacle. Souvent, cette « contamination » se fait de façon sournoise, en ce sens que l'émission prétend en être une d'affaires publiques, qu'elle a le gabarit d'une telle émission, du moins au niveau de la forme, mais qu'en portant une attention soutenue à son contenu, on constate un fond transversal de divertissement. Propre à l'époque qu'ils étudient (1982-1989), Tremblay et Harvey citent en exemples les émissions *Le Point* et *Actuel*, toutes deux diffusées sur les ondes de la télévision de Radio-Canada, et qui échappent de moins en moins à cette nouvelle donne qu'est *l'infotainment* par la teneur parfois simpliste des thèmes dont ils traitent. De manière à actualiser cette liste, nous y ajouterions *La Facture*, ce magazine d'information qui évolue à la SRC depuis 1995, et qui traite parfois de sujets tant insignifiants qu'inutiles : « Combien ont coûté, en 2001, les décorations de Noël dans la seule ville de Montréal ? Réponse : 196 000 \$ » Bien que le noble mandat de ce magazine soit d'informer les gens quant aux problèmes concrets qui les touchent dans leur vie quotidienne, il reste que les reportages diffusés laissent souvent un arrière goût complaisant en bouche. Un constat qui est sensiblement le même pour les magazines d'alimentation, de « mieux être » et de culture que sont *L'Épicerie*, *Ma vie en mains* et *Prochaine sortie*, pour ne nommer que ceux-là. Tout cela sans oublier *La Fosse aux lionnes* ou *Tout le monde en parle*, qui abordent avec un regard « différent » et personnel – surtout – les sujets d'actualité qui « font jaser » et donnent lieu à des discussions animées ; des émissions qui se targuent toutes deux d'être des tribunes de l'activité politique, économique, artistique ou sportive. Or, les factures décidément réductrice, superficielle et parfois même grossière de ces

émissions nous amènent à douter fermement de leurs caractères informatif et éducatif. Nous aurons d'ailleurs l'occasion de revenir sur ces deux cas, à notre sens fort particuliers, au cours des pages subséquentes.

Tout compte fait, le problème, selon nous, n'est pas tant que la SRC diffuse des magazines d'intérêt général ou des variétés. De telles émissions peuvent être des ressources utiles pour les téléspectateurs qui souhaitent s'introduire à une question donnée ou encore se changer tout simplement les idées. C'est cependant lorsqu'elles prétendent être autre chose qu'un pur divertissement ou qu'une simple introduction en matière d'économie, d'alimentation ou de santé, et surtout lorsqu'elles prennent pratiquement toute la place dédiée à l'information et aux affaires publiques, que leur multiplication apparaît discutable. Ces émissions auront leur raison d'être à Radio-Canada quand de véritables émissions d'information et d'affaires publiques réintégreront les ondes de la télévision publique nationale. D'ici là, elles ne se présentent à nos yeux que comme un pâle reflet, divertissant certes, de ce qu'a déjà été l'information à la télévision de Radio-Canada.

#### *La contre-programmation mimétique ou l'aval d'un conformisme généralisé*

Si la programmation de la télévision de Radio-Canada se distingue de moins en moins de celle des réseaux généralistes privés, c'est en grande partie à cause de l'ultime stratégie adoptée par les radiodiffuseurs traditionnels qui consiste à s'en remettre largement au pastiche. Alors qu'à l'aube des années 1980, les deux grands réseaux généralistes qu'étaient Télé-Métropole et Radio-Canada avaient des programmation distinctives, témoignant d'ailleurs leur unicité respective (Atkinson, 1998), les grilles-horaires de ces deux jalons de l'univers télévisuel québécois tendent de plus en plus à se synchroniser.

La programmation de Radio-Canada et celle de Télé-Métropole contribuent de façon identique à la diversité de l'offre télévisuelle. Qu'on supprime l'une ou l'autre, la diversité sur le marché reste la même [...]. On peut en déduire l'hypothèse que les deux grands de la télévision québécoise, les deux plus anciens diffuseurs, pratiquent beaucoup la contre-programmation mimétique : ils ont tendance à affronter la concurrence en offrant le même type de programmes que leurs compétiteurs. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 68)

En privilégiant une telle stratégie, la diversité de l'offre télévisuelle, principalement en heures de grande écoute, se fait de plus en plus mince. Et comme ce que proposent à leurs téléspectateurs les chaînes privées relève largement du divertissement, il y a cette montée en flèche de l'insignifiance, pour reprendre la formule de Cornelius Castoriadis, sur l'ensemble des réseaux. Ainsi, « les stations montréalaises tentent de faire face à la concurrence en offrant des produits similaires qui [...] appartiennent surtout aux catégories de la télévision de divertissement. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 71)

C'est dans un tel contexte que l'on retrouve, entre autres, *L'Heure de gloire* (SRC) pour faire face à *Du talent à revendre* (TVA), deux émissions de pur divertissement qui misent essentiellement sur la découverte de nouveaux talents. L'une jouant sur les « talents cachés de chanteurs » de personnalités connues du grand public, l'autre sur les aptitudes tant hétéroclites qu'extravagantes de simples inconnus. Ou encore *L'Auberge du chien noir* (SRC) pour rivaliser contre *Annie et ses hommes* (TVA), deux séries dramatiques qui tracent l'épopée de familles aux prises avec des angoisses amoureuses, professionnelles ou existentielles ; des émissions qui, en bout de ligne, se ressemblent beaucoup sur le fond. Enfin bref, comme il serait trop long et fastidieux ici de répertorier toutes les similarités entre les programmations de Radio-Canada et des différents réseaux privés, nous nous contentons de soutenir les conclusions de Tremblay et de Harvey voulant que « la multiplication des stations n'a pas abouti à plus de complémentarité mais à plus d'homogénéité dans les contenus » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 71) ! Tout comme nous endossons les conclusions du Comité d'examen des mandats de Radio-Canada, de l'ONF et de Téléfilm Canada de 1996, présidé par Pierre Juneau – qui vont largement dans le même sens que les constats de Tremblay et de Harvey – et qui stipulent que « les chaînes de télévision anglaise et française de la SRC sont devenues de plus en plus commerciales et compétitives ; elles ont mis l'accent sur les émissions grand public, et elles ont perdu beaucoup de leur qualité et de leur caractère distinctif » (Sauvageau, 1998, p. 170)

## **2.2 Retour sur les critiques relatives à la programmation de la SRC**

Sans doute parce que publique, la télévision de Radio-Canada se place souvent bonne première dans la mire des critiques. On lui reproche, entre autres choses, de délaisser l'information au profit du divertissement, d'être à la solde des revenus publicitaires et des cotes d'écoute ou de calquer sa programmation sur celles des réseaux privés. Bref, on l'accuse de tous les maux, en idéalisant souvent ses succès antérieurs, sans néanmoins décortiquer ce qui faisait tant sa renommée de par le passé. Afin de préciser notre étude, nous passerons donc en revue un corpus constitué de plusieurs grilles de programmations publiées par la SRC entre 1980 et 2006. Le discours des dirigeants de la Société à leurs égards de même que les échos médiatiques qu'elles ont suscités seront également présentés. Il s'agit là, bien entendu, d'un résumé des analyses que nous avons effectuées du corpus en question. Nous nous attarderons plus spécifiquement sur certains éléments marquants, comme la déviation de la SRC quant à ses mandats initiaux et son engouement évident pour le divertissement

D'emblée, signalons que les reproches à l'égard de la programmation de la télévision publique de Radio-Canada ne datent pas d'hier. Déjà en 1962, le journaliste Jean Hamelin, alors investi des fonctions de critique de la télévision, écrivait :

J'ai vécu ce que j'appellerais l'âge d'or de la Télévision, c'est-à-dire cette période qui va de 1954 à 1959 et qui a été, je le pense sincèrement, une période d'intense progrès, voire de stabilisation des formules précédemment expérimentées par tous les services de la Télévision de Radio-Canada. Cette époque n'est plus, et jamais depuis lors, consécutivement à la grève des réalisateurs de Radio-Canada, il nous a été donné d'assister à un si grand essor de la création à tous les échelons de la programmation. Le régime d'austérité adopté par le gouvernement fédéral aggrave au lieu de renforcer la position de Radio-Canada qui voit son budget réduit cette année de plusieurs millions. (Hamelin, 1962)

Retenons ici que les compressions budgétaires imposées à la SRC par le gouvernement fédéral sont presque aussi lointaines que l'existence même de la chaîne. Aussi, dix ans à peine après son entrée en ondes, le volet créatif de la programmation de la télévision de Radio-Canada est suspicieusement examiné par le critique Jean Hamelin. Bien que le matériel permettant de jauger la

programmation radio-canadienne de l'époque (articles de journaux, guide de programmation et autres documents officiels de la SRC) se fasse rare, voire quasi inexistant, certains écrits contemporains permettent d'appuyer la vision qu'avait Jean Hamelin des débuts grandioses, quoique succincts, selon lui, de la télévision publique de Radio-Canada.

Ainsi, « les années 1950 et le début des années 1960, alors que la télévision est un service public qui se donne pour mission "d'informer, éduquer et distraire", voient le déferlement d'émissions cultes et d'événements inoubliables. » (Couture, 2005, p.19). Des téléromans de l'ordre des *Belles Histoires des pays d'en-haut* (1956-1970) de *La Famille Plouffe* (1953-1957) ou de *Cap-aux-Sorciers* (1955-1958), des classiques de la programmation jeunesse comme *Bobino* (1957-1985) ou *Sol et Gobelet* (1956-1971), des captations tel le couronnement de la reine Élisabeth II (2 juin 1953) de même que les images d'un René Lévesque, à la barre de *Point de mire* (1956-1959), rendant accessible une actualité inextricable marquent, encore aujourd'hui, l'imaginaire collectif des téléspectateurs alors rivés à leur écran de télévision. Florian Sauvageau commémore d'ailleurs avec fierté :

L'interpénétration de la télévision publique, à ses débuts, et des créateurs qui la nourrissent, sa contribution au raffermissement linguistique que nous avons connu, la tribune qu'elle avait offerte à des intellectuels qui ne s'exprimaient jusqu'alors que dans des revues au rayonnement limité, bref l'apport si souvent célébré de Radio-Canada à l'évolution de la société québécoise » (Sauvageau, 1997, p. 104).

Sans nier que les premières années de notre télévision publique nationale ont été le lieu de « programmes cultes » du déjà célèbre canal 2, mentionnons simplement que le contexte de l'époque se prête parfaitement à une forme d'idéalisation du média télévisuel. Jamais auparavant n'a été donnée au peuple québécois l'opportunité de s'ouvrir de telle sorte sur le monde, de le voir défiler sous ses yeux. La fascination que suscite alors la télévision n'a d'égal que l'émerveillement des téléspectateurs à son égard. « Que Radio-Canada se soit adaptée à l'évolution des mentalités, des styles de vie et des intérêts, personne ne devrait trop s'en plaindre. » (Cauchon, 2005, p. B6) Que *Cap-aux-Sorciers*, par exemple, ait graduellement été remplacé par *L'Héritage*, *Cormoran* ou *Bouscotte*,

que les auteurs se soient succédés allant d'un Guy Dufresne à un Victor-Lévy Beaulieu, est dans l'ordre normal des choses. Il était évident, dès 1952, que la télévision allait évoluer de concert avec la société québécoise. Ce qui l'était peut-être moins, à l'époque, c'est que cette société allait subir des transformations majeures – contrecoups inopinés de la Révolution Tranquille – et que la télévision allait la suivre dans cette voie, aspect sur lequel nous reviendrons largement au cours du chapitre III.

Ainsi, la télévision évolue, se développe et l'attitude du public à son égard aussi. En 1972, alors que la SRC célèbre ses 20 années d'existence, Jacques Landry, alors directeur de la Télévision française, se montre nostalgique des débuts de la télévision de Radio-Canada :

Je dirais d'abord que ça a beaucoup changé au cours de ces 20 dernières années. Les gens ne regardent plus la télévision comme ils la regardaient autrefois. Ils ne le font plus comme il y a 20 ans. L'émerveillement du début est disparu. Aujourd'hui, regarder la télévision, c'est devenu banal. » (Béliveau, 1972, p. C1)

Déjà, le caractère apathique du média télévisuel point à l'horizon. Investie de tous les espoirs à ses débuts, la télévision des années 1970 s'apprête à entrer dans son ère dite « moderne », où sa nature apathique et son incapacité à satisfaire pleinement les idéaux démocratiques et culturels qui l'ont vu naître se développeront et conduiront graduellement aux désillusions que nous connaissons aujourd'hui.

Une différence toutefois marquante d'avec l'univers télévisuel actuel s'inscrit dans la vision qu'ont les dirigeants de la SRC de l'époque de leur télévision publique. Jacques Landry se prononce, dès 1972, à propos de la rivalité opposant les secteurs public et privé :

On est en concurrence commerciale directe, c'est un fait indiscutable. Mais on est un organisme public et on a des responsabilités plus variées qu'un diffuseur privé. On ne peut pas, par exemple, faire autant d'émissions de divertissement. Nous devons présenter des émissions plus sérieuses, même aux heures de pointe, tout en sachant fort bien qu'en agissant ainsi, on ne gagnera pas au jeu de la concurrence. (Béliveau, 1972, p. C2)

Jean-Marie Dugas, alors directeur des programmes de la Télévision française de Radio-Canada, renchérit :

La concurrence ne joue toutefois pas sur certains termes de notre mandat qui touchent l'information, l'éducation ou les heures du concert, par exemple. Mais je vais plus loin que ça. Lorsque CFTM [aujourd'hui TVA] a une bonne émission, remplie de contenu canadien, je ne leur oppose pas une émission plus forte. Parce que je trouverais ça ridicule. Par exemple, je n'irais pas mettre *Moi et l'autre* devant les *Berger*. On n'est pas tellement nombreux vous savez, et s'ils se donnent la peine de faire des téléromans et s'ils réussissent à améliorer leur qualité et à faire vivre notre collectivité artistique, je respecte ça. (Béliveau, 1972, p. C2).

Alors que la télévision de Radio-Canada préconise largement aujourd'hui une contre-programmation mimétique inévitablement axée sur le divertissement, on remarque que la stratégie de l'époque est tout autre. Bien que la SRC soit déjà affligée par des crises budgétaire, concurrentielle et même identitaire, ces préoccupations ne contrecarrent pas aussi brutalement que maintenant les mandats initiaux de la SRC : informer et éduquer demeurent des piliers de la télévision publique nationale. Et bien que le divertissement soit également présent sur ses ondes, la SRC n'est pas encore entrée dans une guerre aux cotes d'écoute qui balaye au passage ses mandats d'information et d'éducation. D'ailleurs, si l'on passe en revue l'évolution des trois mandats de la Société Radio-Canada, on remarque une métamorphose radicale de leur orientation et du discours de ses dirigeants à leurs égards.

#### *Une télévision qui informe*

Dès ses débuts, « la télévision a d'emblée entretenu un lien structurel avec l'information » (Couture, 2005, p. 29). Outil de démocratie par excellence, l'information télévisée a permis à plusieurs citoyens de découvrir un monde duquel ils étaient jusque-là coupés et de porter un regard critique sur celui-ci. Réfléter la complexité du monde était d'ailleurs le mandat que s'étaient donné les télévisions publiques naissantes, celle de Radio-Canada y compris. D'ailleurs, la grande époque des magazines hebdomadaires tels *Télémag* (1977-1981), *Format 60* (1969-1977) ou *Point de mire* (1956-1959) permettait de porter un jugement réfléchi sur l'actualité. On ne se contentait pas de faire défiler en boucle des images et topos témoignant des événements de la journée : on consacrait une

heure de télévision à l'analyse d'une actualité touffue, souvent inextricable. Point de mire, animée par le journaliste et futur Premier ministre René Lévesque, fut, à notre sens, un exemple d'émission à caractère démocratique, au sens fort du terme, que l'on retrouvait sur les ondes de la télévision publique de Radio-Canada. Avec son ardoise et ses explications simples mais combien précises, René Lévesque permettait aux téléspectateurs, par une vulgarisation intelligente des informations traitées, de comprendre des enjeux importants de la scène tant nationale qu'internationale.

Or, « en cinquante ans d'histoire, la place et le sens de l'information télévisée ont profondément changés. » (Couture, 2005, p. 29) La SRC a graduellement fui ses responsabilités en matière d'information. Les propos de l'actuel directeur des programmes de la télévision de Radio-Canada, Mario Clément, en témoignent largement : « Plus la programmation générale marche, plus l'information va marcher. » (Cousineau, avril 2005, p. Arts spectacles 3). N'est-ce pas là un discours réducteur, surtout venant d'une des têtes pensantes de la programmation de la SRC ? Est-il approprié d'assujettir la programmation en matière d'information à celle plus générale, relevant amplement du divertissement ? Permettez-nous d'en douter. D'ailleurs, la tendance de plus en plus marquée, chez les dirigeants de la SRC, à considérer l'information comme n'importe quelle autre émission, se devant d'être rentable et d'attirer un large auditoire, est loin d'être étrangère au glissement opéré, ces dix dernières années, vers une information plus légère, voire superficielle. Nous y reviendrons postérieurement lorsque nous relaterons les déboires récents du secteur de l'information à la télévision de Radio-Canada.

Partant du constat que, dans la sphère publique médiatisée, la qualité du débat citoyen dépend de la qualité de l'information, force est de percevoir une détérioration généralisée en ce sens. Avec pour uniques lieux de recul analytique et de réflexion approfondie quelques grands rendez-vous d'information comme *Zone libre* ou *Découverte*, la télévision de Radio-Canada est loin de favoriser, ces

dernières années, le débat public réfléchi. Bien que les dirigeants de la SRC se targuent, dans nombre de leurs communications, de disposer de la plus importante force journalistique au pays et d'avoir pour épine dorsale l'information continue, il reste que ces sources d'information ne garantissent en rien une compréhension citoyenne.

À l'inverse du magazine de grand reportage dont les images frappaient les esprits et provoquaient les conversations du lendemain, le journal s'installe dans un doux ronron dont l'information la mieux mémorisée est souvent la couleur de la cravate du présentateur et la nouvelle coiffure de la présentatrice. (Couture, 2005, p. 32)

La surabondance des informations, mais surtout l'instantanéité avec laquelle elles sont traitées, entraîne l'abandon du téléspectateur. « On constate en effet une forme d'attention molle, dite « flottante ». Suivant l'intérêt des sujets, le téléspectateur est dans un état d'attention variable. » (Couture, 2005, p. 34) Ainsi, l'époque où la SRC présentait une information qui éduque et contribuait à amener le citoyen à réfléchir nous apparaît révolue. Même le vice-président principal des services français de Radio-Canada, Sylvain Lafrance, affirmait récemment en entrevue que la « télévision [était] devenue l'outil de l'instantanéité » (Proulx, 2005). *A contrario* de la radio, qu'il percevait comme un terrain propice à l'analyse et comme un outil de compréhension et d'appréhension du monde. La preuve qu'une information « démarchandisée »<sup>9</sup> a, d'emblée, une longueur d'avance sur une information qui doit composer avec les cotes d'écoute et les revenus publicitaires. Ainsi, le virage convivial opéré au secteur de l'information de Radio-Canada, c'est-à-dire sa tendance à présenter les informations, quelles qu'elles soient, de manières plutôt réductrice et distrayante, est, à notre sens, en lien direct avec la fixation évidente de la chaîne sur ses cotes d'écoute. En dépit du fait que la qualité de l'information, à la SRC soit, à notre sens, supérieure à celle des réseaux privés, nous remarquons une prolifération certaine de l'information racoleuse et des faits divers sur les ondes de la télévision publique nationale.

---

<sup>9</sup> La radio de Radio-Canada est dépourvue de publicité.

### *Une télévision qui éduque*

En matière d'éducation citoyenne, il est à notre sens évident que la SRC a sacrifié toute une partie de son mandat qui consistait à inscrire l'individu dans un rapport critique au monde. La culture, graduellement délaissée au profit de l'amusement, est d'ailleurs l'une des premières à avoir été touchée par cette nouvelle conjoncture. À une certaine époque, la télévision de Radio-Canada se présentait comme le prolongement de la vie culturelle québécoise et favorisait une initiation de la société aux disciplines artistiques dites de « haut niveau ».

Elle [la télévision de Radio-Canada] a comblé des lacunes dans ce domaine, d'où ses répercussions inimaginables, dit Jacques Languirand. Le théâtre et la musique classique, l'opéra, les soirées de Jazz, c'était la télé. Radio-Canada a fait connaître les Grands Ballets Canadiens. De cette effervescence sont nées une foule de compagnies de danse et de théâtre. » (Robert, 2002, p. 76)

La musique, le théâtre, la littérature, la danse, le cinéma, voilà autant d'expressions culturelles qu'il était donné de voir sur les ondes de la SRC; expressions qui permettaient à ceux qui s'y intéressaient de questionner et de comprendre cet univers, mais aussi de le ressentir et de le partager avec autrui. C'est d'ailleurs dans cette mesure que la culture de l'époque, unificatrice d'une part, favorisait aussi un rapport à l'altérité. Des émissions telles *L'Heure du concert* (1953-1966) et *Les Beaux Dimanches* (1966-2004), pour ne nommer que celles-là, auront constitué autant de « rendez-vous » permettant au téléspectateur d'aller à la rencontre de « l'autre » et de se construire une identité culturelle qui lui soit propre. D'ailleurs, il serait tout indiqué d'affirmer que la SRC a été, pendant des années, un levier de la culture québécoise, canadienne et internationale. Des productions comme *L'homme qui plantait des arbres* de Frédéric Back (1987), *En pièces détachées* de Michel Tremblay (1971) ou encore l'adaptation télévisuelle faite par Guy Dufresne de la célèbre pièce de John Steinbeck, *Des souris et de hommes* (1971), sont des moments marquants de télévision, moments qu'il nous a été donné de voir sur les ondes de la télévision publique de Radio-Canada.

En vérité, ce n'est que tout récemment que la culture, dans sa forme expressive telle que nous l'avons définie au premier chapitre, a été définitivement boudée par les dirigeants de la SRC. Car bien que depuis le milieu des années 1970, les dramatiques aient graduellement remplacé les téléthéâtres et que les grandes captations de concerts aient finalement cédé l'antenne à des émissions de variété présentant des performances musicales ou autres, il reste que le coup dur porté à la culture, à Radio-Canada, a été la disparition des *Beaux Dimanches* en 2005. À ce propos, le directeur général des programmes de 1999 à 2002 et vice-président de 2002 à 2005 pour la télévision française (SRC), Daniel Gourd, se défend bien de ne pas avoir tenté l'impossible pour sauver la culture présente à la SRC :

Au moment où j'étais directeur des programmes, je suis allé très loin dans une télévision un peu plus élitiste. J'ai investi beaucoup dans *Les Beaux Dimanches*, j'ai fait beaucoup de grands concerts [...] et la fréquentation de ces événements télévisuels a été à peu près nulle. La part d'écoute s'est mise à descendre à une vitesse vertigineuse. (Proulx, 2005)

On note ici que Daniel Gourd établit clairement un lien de causalité entre la disparition des *Beaux Dimanches* et les faibles cotes d'écoute que rencontrait cette case horaire tout juste avant son abolition. Un discours qui, dans les faits, va à l'encontre de celui prononcé par son directeur des programmes de l'époque, Mario Clément, qui affirme que « la culture n'est pas une marchandise. Le but des télévisions privées est de produire des émissions avec le moins de coûts possible, tout en tenant compte de ce qui marche, des modes. À Radio-Canada, on produit des émissions de haut niveau » (Turcot, 2004, p. A4). À en croire les propos de Mario Clément, la SRC se doit d'être une plaque tournante de la culture et la faible rentabilité des émissions culturelles ne devrait altérer en rien la place donnée à ces dernières à la télévision publique de Radio-Canada. Nous jugeons pertinent de rappeler ici que le mandat de ce directeur des programmes en poste à la SRC depuis 2003 « a été marqué par plusieurs tempêtes médiatiques dont la convivialité dans les téléjournaux [et] la disparition [...] des *Beaux Dimanches* » (Dumas, 2005, p. Arts spectacle 2). Des événements marquants des dernières années à la SRC, qui traduisent, indubitablement, un retrait de la SRC en matière de culture et d'éducation citoyenne.

Mais Mario Clément se défend haut et fort de vouloir enfermer, de quelque façon que ce soit, la culture à la télévision de Radio-Canada : « Je travaille dans une institution publique qui est fondamentale pour la culture et nous allons nous arranger pour faire émerger des artistes et faire que cette culture existe dans tout son éclectisme. C'est ça le rôle d'une télévision publique. » (Dumas, 2003, p. Arts spectacles 8) Mais où est donc passée cette vigueur en matière de culture à la SRC ? Sur les plateaux de *La Fureur*, du *Match des étoiles* ou de *L'Heure de gloire* ? La culture consiste-t-elle à rassembler sur une même scène des personnalités publiques chantant, dansant et vantant les mérites de leur tout dernier album ou film ? Certainement pas. Rappelons que Mario Clément affirmait en 2003 que « la culture n'est pas une marchandise ». Dans ce cas, la culture doit se retrouver dans le créneau *Pleins Feux*, présenté sur les ondes de la SRC le dimanche dès 22 h 30. Certes, cette case horaire se profile tel un bastion culturel, explorant tous les horizons des arts de la scène : la danse avec *Amelia*, *Le petit Jean-Pierre* et *Élégie*, la chanson avec Paul Piché, Jean-Pierre Ferland et Pat Metheny, les dramatiques avec *Les guerriers*, *L'officier de la Garde* et *Le rire de la mer* et même des documentaires d'auteurs tels *Victor-Lévy Beaulieu – Du bord des bêtes*. Une forteresse de la culture, donc, mais nichée à 22 h 30, alors que jeunes et moins jeunes sont sur le point de se mettre au lit. En matière de valorisation de la culture, la Société Radio-Canada fait piètre figure. On semble désormais préconiser une démocratisation culturelle, traduite par un amalgame évident entre culture et divertissement en heure de grande écoute, bien sûr, au détriment d'une accessibilité à la culture au sens humaniste du terme.

Toujours dans une perspective d'éducation citoyenne, un passage obligé par les émissions jeunesse s'impose. D'emblée, on note que « le créneau autrefois réservé aux émissions pour enfants devient progressivement celui que l'on concède aux émissions "sérieuses" pour adultes. » (Tremblay et Harvey, 1991, p. 75) Telle était d'ailleurs la vision de Mario Clément, quand, en 2005, il proposa son fameux *4 à 7*, sur lequel nous nous attarderons postérieurement et qui abolissait systématiquement les émissions jeunesse de fin d'après-midi. En dépit

du fait que ces émissions, pensons ici à *Watatatow* (1991-2004), *Les Débrouillards* (1991-1995 et 1998-2001), *La Course destination monde* (1991-1999), soient loin d'avoir un niveau de langage de l'ordre de *La Boîte à Surprise* (1956-1968), de *Sol et Gobelet* (1956-1971) ou de *Bobino* (1957-1985), il reste qu'elles permettent aux jeunes, et moins jeunes, d'apprendre les réalités de la vie en société. Ce sont des émissions desquelles les enfants et adolescents peuvent tirer des leçons et qui abordent des problématiques actuelles, qu'on pense à la conscientisation face à la drogue et la sexualité (*Watatatow*) ou qu'il soit question de s'ouvrir à l'altérité par l'entremise des reportages de jeunes réalisateurs en devenir (*La Course destination monde*). Mais si la télévision de Radio-Canada a produit et diffusé, de toutes époques, des émissions jeunesse de qualité, nous remarquons un certain relâchement ces dernières années. À vrai dire, il semblerait que le mandat éducatif de la télévision publique soit aujourd'hui confiné à Télé-Québec. Si elles ne sont pas tout simplement absentes des grilles de programmation de la SRC, les émissions jeunesse se profilent de plus en plus en termes d'acquisitions étrangères de pur divertissement (*Tic et Tac*, *Looping*, *Les 101 dalmatiens*, etc.). Et pourtant, une télévision publique doit faire bien plus que simplement divertir les enfants, elle doit les éduquer: une responsabilité de laquelle la SRC semble se départir de plus en plus.

#### *Une télévision au service de l'émotion*

De tous les temps, la télévision aura été au service de l'émotion et du divertissement. À Radio-Canada, les téléromans se sont rapidement taillé une place névralgique dans les grilles de programmation. *Le Survenant* (1954-1960), *La Famille Plouffe* (1953-1957), *De 9 à 5* (1963-1966), *La Petite Patrie* (1974-1976), entre autres, sont autant de divertissements télévisés qui ont marqué l'imaginaire collectif d'une époque. Car en plus d'être des lieux de rassemblement populaires, ces émissions, pensées et écrites par de grands auteurs, constituent sans nul doute des contributions majeures de Radio-Canada à la culture de ce pays. D'ailleurs, « la liste des grands écrivains québécois qui ont écrit pour la Télévision de Radio-Canada pourrait correspondre, à quelques exceptions près, au

palmarès de notre littérature depuis la fin de la Deuxième Guerre. » (Beauchemin, 2002, p. 96) Ainsi, aux origines de la télévision de Radio-Canada, le mandat de divertir la population québécoise est certes capital, mais se traduit, dans le cas des téléromans par exemple, par une union astucieuse de la littérature et de la télévision.

Comme nous l'avons mentionné, les grands auteurs de la télévision sont aujourd'hui remplacés par « l'usine des téléfilms à la Hollywood » (Sauvageau, 1997, p. 107). Les productions tendent dès lors à se faire de plus en plus légères et proposent souvent les « histoires ordinaires de gens ordinaires ». « Les téléspectateurs vont s'habituer aux standards de la société américaine. La décontraction, l'efficacité et la liberté de ton mises en avant dans ces fictions vont influencer toutes les sociétés occidentales. » (Couture, 2005, p. 66) Ainsi, on retrouvera, au cours des années 1980, sur les ondes de la SRC, en pleine heure de grande écoute, une émission comme *Dallas*, qui plonge inévitablement le téléspectateur « dans le banal, le quotidien, [le] pathos ménager » (Couture, 2005, p. 71). Bien que les séries américaines ne rencontrèrent pas des succès d'écoute de l'ordre des téléseries ou téléromans produits au Québec, elles donnèrent tout de même un avant-goût aux téléspectateurs de ce qui attendait la programmation dramatique de la Société Radio-Canada.

Si les temps héroïques d'une télévision en train de s'inventer furent marqués par des téléfilms issus du patrimoine littéraire, la fiction a glissé peu à peu vers des narrations mettant en scènes des personnages proches de nous, de ce « nous » universel qui devient petit à petit le référent absolu du succès télévisé. (Couture, 2005, 12)

C'est ainsi que l'on verra poindre, sur les ondes de la SRC, des téléromans tels *Des dames de cœur* (1986-1989), *L'Héritage* (1987-1990), *Jamais deux sans toi* (1977-1980 et 1990-1992) ou encore *Sous un ciel variable* (1993-1994), qui ne sont pas des copies conformes de ce qui se produit aux États-Unis, mais qui s'imprègnent vraisemblablement du même aura, à la sauce québécoise, bien entendu. Histoires de familles, histoires de couples, histoires d'amour, rencontres, ruptures : voilà des ingrédients que l'on retrouve dès lors dans presque toutes les séries dramatiques. À cette époque, la télévision ne semble en avoir que pour la

passion. C'est un genre qui se défend, certes, mais qui confine le téléspectateur à un univers à la fois ordinaire et pathétique, au sein duquel évoluent des personnages qui lui ressemblent et le confortent.

Si l'on se projette à une époque plus récente, on remarque que, depuis 2004, la SRC a procédé à un remaniement en profondeur de ses séries dramatiques. Le coup porté à son audience par *Star Académie* et les autres télé-réalités en 2003<sup>10</sup> a sans doute motivé les changements radicaux entrepris par les dirigeants de la SRC à cet égard. D'ailleurs, le directeur des programmes, Mario Clément, n'a plus que les mots innovation, originalité, imagination et audace en bouche.

Il est clair que la télévision publique ne doit plus chercher le record de cote d'écoute à tout prix : les fictions proposées doivent être surprenantes et imaginatives. " Ce n'est pas notre job d'aller chercher 1,8 millions de téléspectateurs comme *Lofi Story*, de dire Mario Clément. Notre job, c'est de faire de la télévision de qualité supérieure, de proposer autre chose, de développer le langage cinématographique et télévisuel". (Cauchon, 2004, p. B8)

En termes d'originalité et d'audace, il est vrai que la télévision de Radio-Canada s'est renouvelée ces cinq dernières années. Plusieurs courageuses séries dramatiques se sont retrouvées sur les ondes de la télévision publique. Pensons ici à *Grande Ourse*, cette série fantastique – un genre rarement exploité au Québec – du jeune auteur Frédéric Ouellet ou encore aux *Bougons*, une série provocante – et largement controversée – écrite par François Avard où une famille plutôt particulière profite du système d'assistance sociale canadien. Il n'y a que la télévision publique pour donner sa chance à de telles fictions, l'enjeu étant considérable. Par chance, ces deux productions se sont révélées être des succès d'écoute, notamment *Les Bougons*. La SRC a donc choisi d'y aller de l'avant avec une deuxième saison de chacune d'elles, évidemment. Or, ce n'est pas nécessairement le cas avec plusieurs autres nouvelles séries de la SRC. L'audace de Mario Clément et des autres têtes pensantes de la programmation a tout de même ses limites.

---

<sup>10</sup> La télévision de Radio-Canada a vu sa part de marché glisser sous les 10% en 2003. À titre comparatif, elle se situait, en date du 8 juillet 2007, à 11,9%.

Le directeur des programmes de Radio-Canada, Mario Clément, notait que l'abondance de nouvelles fictions a sans doute nui dans la course aux cotes d'écoute. Plus conservateur que l'on pourrait croire, les téléspectateurs auraient de la difficulté à adopter autant de nouveaux univers en même temps, a-t-il ajouté. C'est notamment pour cette raison que Radio-Canada développe *Les Boys* et *Omerta 4*, des séries déjà bien connues et aimées des téléspectateurs. » (Dumas, 2006, p. Arts spectacles 3)

Ainsi, la programmation 2006-2007 de la SRC, marquée par un nombre considérable de nouvelles fictions – *C.A.*, *Tout sur moi*, *Les hauts et les bas de Sophie Paquin*, *La Galère*, *La Job* – a laissé une certaine amertume chez les dirigeants de la SRC. Si *La Galère* s'est attirée le respect des téléspectateurs, les autres fictions n'ont pas séduit le public comme on l'aurait souhaité à Radio-Canada. Peut-être est-ce parce que la SRC avait mis tous ses œufs dans le même panier ? Pour avoir visionné la plupart de ces séries, il nous apparaît évident que la majorité d'entre elles s'adressent à un public urbain et trentenaire. C'est ainsi tout un pan de la société québécoise qui est laissé pour compte par sa télévision publique en matière de fictions.

### 2.3 Controverses à la télévision publique de Radio-Canada

La Société Radio-Canada présentait, en 2003, un plan de repositionnement de sa programmation. « Ce que dit essentiellement le document : Radio-Canada souhaite accentuer la qualité de ses émissions, laisser de côté le pur divertissement léger et ne plus se baser sur les cotes d'écoute pour conserver une émission à l'antenne. » (Therrien, 2003, p. B2) À voir l'état de la télévision publique en 2007, force est de constater que le plan a échoué et lamentablement. La journaliste Josée Boileau soulève un point intéressant à ce propos en affirmant que les cas de « sous-produits » sont désormais monnaie courante sur les ondes de la SRC :

Du sous-*Mongrain* avec cette *Fosses aux lionnes* où, nous promet-on, on "abordera les sujets qui alimentent les conversations du jour en observant l'actualité sous un autre angle que celui des nouvelles". Du sous-*Mixmania* avec cette idée de prendre des amateurs, célèbres, pour leur donner des cours de danse avec *Le match de étoiles*. Du sous-*Flash* avec les actualités artistiques de Véronique Cloutier. (Boileau, 2005, p. A6)

Il est vrai que ces dernières années, la télévision de la SRC semble, plus que jamais, être à la recherche d'une identité qui lui soit propre. Ayant mis la hache dans ce qui étaient autrefois considérés comme des piliers de sa programmation –

*La Soirée du Hockey* et *Les Beaux Dimanches* – il apparaît évident que les dirigeants de la SRC ont désormais du mal à se représenter leur télévision publique nationale. Si, au moins, l'abolition de ces institutions avait conduit vers une programmation de qualité supérieure, arrimée plus que jamais aux mandats de la télévision publique, le coup aurait été moins difficile à encaisser. Mais non, les dirigeants de la SRC semblent avoir opté pour la facilité et s'être largement inspiré de ce qui se fait au privé.

Dans cette foulée, soulignons la recrudescence évidente, ces quelque cinq dernières années, de séries américaines à Radio-Canada. Bien que cette dernière se targue de respecter, voire de dépasser, ses quotas en matière de contenu canadien, il reste qu'un nombre grandissant d'émissions diffusées sur ses ondes sont des adaptations de produits étrangers, souvent américains. Le directeur des programmes, Mario Clément, justifie d'ailleurs ce choix de façon assez élémentaire : « Mon mandat est de diffuser 80% de contenu canadien et j'en fais 84. Comme les films mettent du temps pour arriver à la télévision, je vais faire plus d'audience avec des séries américaines récentes. » (Cousineau, 2005, p. Arts spectacles 3) C'est dans ce contexte que l'on retrouve désormais sur les ondes de la SRC des séries comme *Urgences (ER)*, *La Firme de Boston (The Practice)*, *Perdus (Lost)*, *Beautés désespérés (Desperate Housewives)* et *Dre Grey (Grey's Anatomy)*. Le cas de Dre Grey est encore plus déstabilisant que les autres. Cette série a été diffusée le samedi soir, à l'hiver 2007, en pleine heure de grande écoute, dans la case autrefois réservée à *La Soirée du Hockey* et, par la suite, au cinéma canadien et québécois. À notre sens, cette nouvelle orientation prise par Radio-Canada a quelque chose de drôlement inquiétant.

Le fait que [des] séries américaines débarquent à Radio-Canada constitue une dérogation à un engagement de ne plus diffuser de gros blockbusters américains. Il n'y a pas longtemps encore, Mario Clément, le directeur des programmes se vantait au gala des Gémeaux que Radio-Canada diffusait des séries de fiction bien de chez nous. Et des séries audacieuses, ajoutait-il. Vous ne voyez plus de séries comme *Dallas* et *Dynastie* chez nous en heures de grande écoute, se vantait-il. » (Cousineau, 2005, p. Arts spectacles 6)

Autre temps, autres mœurs. Ainsi, plus de *Dallas* sur les ondes de Radio-Canada, certes, mais l'époque actuelle propose d'autres types de séries américaines, une réalité que Mario Clément a sans doute omis de mentionner aux Géméaux. Et ce qu'il y a de plus déroutant encore, c'est qu'au moment où Radio-Canada fait l'acquisition de séries américaines, TVA diffuse une série québécoise, *Nos étés*, écrite par Michel D'Astous et Anne Boyer. « La riche télévision d'État, financée par nos taxes, achète américain ce printemps pendant que TVA y va pour du québécois. Le monde à l'envers. » (Cousineau, 2005, p. Arts et spectacles 6) D'autant plus que les séries américaines coûtent cher, très cher : on évalue à plus de deux millions de dollars les seules acquisitions de *Lost* et de *Desperate Housewives*. « Cela au moment où des émissions d'information de qualité comme *Zone libre* sont condamnées à une réduction à huit épisodes par année, faute de budget. » (Cousineau, 2005, p. Arts spectacles 6). Ce qui nous amène à réfléchir sur une autre polémique des dernières années à la télévision de Radio-Canada, soit le triste sort réservé à l'information.

La réduction des budgets alloués au secteur de l'information est une réalité omniprésente à la Société Radio-Canada. En 2005 seulement, la télévision publique a fait face à des compressions budgétaires de l'ordre de treize millions de dollars, dont quatre en information. Dans ce secteur, c'est principalement *Zone libre* qui a écopé. « D'abord créée pour être diffusée 48 fois par année, elle était tombée à 26 émissions. On en produira désormais huit par année – moins qu'un feuilleton ! – et "sans créneau horaire". Autant dire qu'on met la clef dans la porte. » (Vastel, 2005, p. D5) Le reste du temps, Jean-François Lépine présentera des documentaires issus du Vieux Continent, « puisque toutes les télévisions européennes se sont mises au grand reportage au moment où le Canada français s'en retire » (Vastel, 2005, p. D5) ! Et pourtant :

S'il y a une émission qui caractérise véritablement Radio-Canada, qui est vraiment le symbole de sa mission de service public, qui distingue vraiment la SRC de la télé commerciale, c'est bien *Zone libre*. Et ces émissions totalement distinctes, qu'on ne retrouverait jamais à TVA ou à TQS, sont de plus en plus rares (Découverte, sûrement, Second regard aussi... et encore ?). C'est le genre d'émission qui fait la fierté de Radio-Canada, qui accumule les prix, et dont les

politiciens, dans leurs discours, se servent toujours pour démontrer comment Radio-Canada est une belle et grande chose pour ce noble pays enneigé. » (Cauchon, 2005, p. B7)

Nous conviendrons que *Zone libre* est une émission qui coûte cher. Les grands reportages internationaux qu'elle propose demandent temps et argent, deux éléments dont la SRC dispose de moins en moins. « La qualité coûte cher, c'est ainsi. Et c'est ainsi qu'on finit par produire des reportages marquants qui ne sont situés ni à Terrebonne, ni à Limoilou. C'est ainsi qu'on s'ouvre sur le monde et qu'on peut vivre dans une société moins repliée sur elle-même. » (Cauchon, 2005, p. B7) N'est-ce pas d'ailleurs là l'une des missions fondamentales de la télévision publique canadienne que de favoriser l'ouverture de la société sur le monde ? Sans doute ses dirigeants l'ont-ils oublié, trop occupés à augmenter leur cote d'écoute globale au détriment de mandats plus traditionnels.

C'est d'ailleurs à l'automne 2005, soit quelques mois à peine après le tollé provoqué par les coupures dans *Zone libre*, que les responsables des programmes, avec Mario Clément à leur tête, proposent leur « fameuse » formule du 4 à 7. Dès 16h, sur les ondes de la SRC, à bas les émissions jeunesse, c'est maintenant l'heure de *La Fosses aux Lionnes*. Du lundi au vendredi, trois animatrices abordent les sujets d'actualité qui les interpellent, une formule qui donne lieu à des discussions animées, des débats, des critiques. Ainsi décrite dans le cahier de programmation de la SRC, cette émission se présente comme un grand lieu de rassemblement et de discussions réfléchies. Or, en y regardant de plus près, force est de constater que la pauvreté des contenus, le manque de connaissances des animatrices de même que la subjectivité des informations qu'elles transmettent font de cette émission un fourre-tout, où l'on traite de plusieurs sujets d'actualité, certes, mais toujours sous le couvert de la superficialité et de l'amusement. Avec cette nouvelle émission, il est évident que Radio-Canada souhaite prendre le contre-pied du divertissement pour palier à la baisse de l'écoute sur son antenne en fin d'après-midi. En faisant référence à son nouveau 4 à 7, Mario Clément affirme d'ailleurs : « c'est clair qu'on le fait pour les revenus. On ne s'en cachera pas. On n'avait rien à perdre. L'ancienne case ne fonctionnait pas. » (Petrowski,

2005, p. Arts spectacles 7) Mais pourtant, le téléspectateur, lui, a tout à perdre. En déplaçant le bulletin de nouvelles de 18 h à 17 h, Radio-Canada dit à ses auditeurs, qui ne sont pas encore de retour à la maison à 17 h, d'écouter leurs nouvelles de fin de journée à TVA ou de s'en remettre à RDI, leur chaîne spécialisée, qui elle, diffuse un bulletin de nouvelles à 18 h. Qui plus est, en remplaçant le traditionnel bulletin de nouvelles de 18 h par une émission de variété ultra légère, signée Véronique Cloutier, la Société Radio-Canada propose à ses téléspectateurs fidèles de se divertir plutôt que de s'informer et de s'instruire.

À l'automne 2004, une autre grande tradition radio-canadienne s'éteint, après 35 d'antenne. Le créneau du dimanche soir qu'occupaient *Les Beaux Dimanches* est alors cédé à la très attendue version québécoise de *Tout le monde en parle*, animée par Guy A. Lepage. L'émission n'est même pas encore en ondes que son animateur se défend bien de vouloir faire dans l'information-spectacle.

Il n'est pas question d'une émission de débat et de grandes engueulades. Il y en aura peut-être à l'occasion, sauf que les engueulades ne sont pas très prisées au Québec. Guy A. Lepage explique que l'animateur d'un tel plateau doit être généreux et faire parler ses invités [...] le mieux possible. Il sera question de politique, de vie culturelle et d'actualité. Et d'interaction entre les invités. » (Cousineau, 2004, p. Arts spectacles)

Pourtant, avec tout juste deux semaines d'existence, l'émission fait déjà largement parler d'elle, non pas pour ses réflexions poussées en matière de politique ou de culture, mais bien pour les altercations dont elle est l'estrade. Claude Vorilhon, dit Raël, est alors l'invité de Guy A. Lepage à *Tout le monde en parle*. La SRC offre à ce « personnage » une occasion en or d'étaler ses propos saugrenus sur la place publique. Sous quel chef d'ailleurs? Sans doute celui des cotes d'écoute, sinon quel autre? Les autres invités présents, le caricaturiste Serge Chapleau et la députée péquiste Pauline Marois, s'insurgent et tourment Raël en ridicule. La discorde s'empare du plateau : Raël quitte, outré. Quel a été l'apport de tout ce brouhaha? Difficile à dire. Cet épisode est, à notre sens, un parfait exemple de discours vide, de parole vaine et stérile, qui évacue tout questionnement critique au profit de l'amusement.

En plus d'être un lieu de divertissement par excellence, le plateau de *Tout le monde en parle* se présente également comme un lieu évacuant toute possibilité de réflexion critique. L'émission se définit elle-même comme « une tribune où chacun peut s'exprimer librement » ; c'est bien là où se situe le problème. Tout un chacun, pour autant qu'il soit connu du grand public, peut se présenter à *Tout le monde en parle* et y aller de ses réflexions et opinions personnels. On adjoint à cela la condition que plus les propos de l'invité seront controversés et moins son discours sera réfléchi, plus longtemps on le verra à l'antenne. La visite du Dr. Mailloux sur le plateau de Guy A. Lepage est un exemple éclatant de ce genre de dérapages. Rappelons que le Dr. Mailloux tenait, bien avant son passage à *Tout le monde en parle*, des propos racistes sur le prétendu piètre Q.I. des noirs et des autochtones. En septembre 2005, alors que Guy A. Lepage le reçoit à son émission, il lui demande de revenir sur ces propos infâmes.

Non seulement il ne se trouve personne sur le plateau pour le contredire, mais Guy-A. est radieux : les propos de son invité sont percutants, ça va "faire parler"! [...] Les jours suivants, le directeur des programmes, Mario Clément et son animateur-vedette se félicitaient encore de leur bon coup : dans leurs têtes de démagogues, il ne s'agissait que d'exposer le racisme sans s'enfermer dans la rectitude politique. (Gagnon, 2005, p. A19)

Mario Clément et Guy A. Lepage ont poussé l'incohérence au point d'écrire une lettre justificative dans les médias témoignant de l'intérêt de tenir de tels propos à la télévision de Radio-Canada :

Nous sommes de ceux qui pensent que les discours offensants, réducteurs et haineux doivent être discuté publiquement et dix fois plutôt qu'une [...] comme ils existent dans les souterrains de notre société, il n'a fallu qu'une question pour voir émerger le racisme et la xénophobie dans toute sa candeur. C'est très symptomatique de notre belle culture de la rectitude politique. Ce dont on ne parle pas n'existe pas. (Cauchon, 2005, p. B7)

Il semble décidément y avoir incompréhension de la part de messieurs Clément et Lepage. Le problème n'est pas tant que le racisme se soit exprimé sur les ondes de la télévision d'État, mais bien que celui-ci n'ait pas été débattu. Il semble que Mario Clément et Guy A. Lepage considèrent comme liberté d'expression la possibilité de dire à la fois tout et n'importe quoi. La « discussion » entourant le racisme sur le plateau de *Tout le monde en parle*, était à des lieues d'être un débat public réfléchi, chacun y allant de son commentaire personnel et spectaculaire sur

la question. La confusion généralisée entre la liberté d'expression et l'absence de limites, source première de la spectacularisation des médias de masse modernes, est largement mise à profit sur le plateau de Guy A. Lepage.

Qui plus est, *Tout le monde en parle*, qui n'est fondamentalement rien d'autre qu'une émission de variétés, a la fâcheuse habitude de se croire plus importante que l'actualité dont elle prétend être la tribune.

Lorsque cette émission déplace le Téléjournal de 15 minutes, comme ce fut le cas quelques fois dans la saison, et plus particulièrement pour présenter, il y a une semaine, un strip-tease racoleur de gogo boys, il n'y a aucune excuse, aucune justification possible. L'argument voulant qu'il y avait trop de « bon » matériel à présenter ne tient pas : tant pis pour elle si cette émission n'arrive pas à respecter sa tranche-horaire, déjà fort longue de deux heures. » (Cauchon, 2005, p. B6)

Ainsi, le populaire *Tout le monde en parle* reflète bien la spectacularisation généralisée de nos médias d'information. L'émission renvoie aussi une image on ne peut plus juste de la tendance dominante au mélange des genres. L'information, le divertissement, l'éducation : ces trois mandats absolument distincts aux origines de la télévision de Radio-Canada tendent désormais, si ce n'est déjà fait, à s'imbriquer les uns aux autres. Informer, tout en divertissant est de plus en plus en vogue sur les ondes de la SRC, alors que divertir en prétendant informer est, dans bien des cas, un état de fait accompli.

## CHAPITRE III

### **Pratique effective de la Société Radio-Canada ou quand le spectacle supplante la culture et l'information**

En dépit de l'éclectisme de notre corpus et du caractère propre à chacune des émissions diffusées sur les ondes de la SRC au cours des quelques cinquante dernières années, nos recherches ont révélé certaines caractéristiques symptomatiques de la propension qu'a la chaîne à s'en remettre de plus en plus largement au divertissement. Ainsi, en ce début de XXI<sup>e</sup> siècle, rien ne décrit mieux la télévision de Radio-Canada que la discordance entre l'image de télévision publique culturelle et démocratique qu'elle souhaite projeter et la réalité de ce qu'elle diffuse à l'écran, clivage qui se traduit par sa propension grandissante à marier information, éducation et divertissement sous le couvert d'une hyper émotivité. Dans ce chapitre, nous ferons donc la synthèse de ces caractéristiques qui constituent les bases de ce que nous appellerons la spectacularisation de l'espace public. En effet, la SRC, bien qu'elle prétende ardemment le contraire, semble appliquer une technique maintes fois éprouvée à la télévision privée pour susciter l'intérêt des téléspectateurs et, par le fait même, augmenter ses parts de marché. Cette technique repose sur une diminution constante de la programmation en terme de culture, un recul inquiétant en matière d'information et d'affaires publiques et un essor considérable du divertissement sur ses ondes. Nous verrons au cours des pages suivantes en quoi cette nouvelle donne transforme la programmation de Radio-Canada en un produit standardisé, calqué en grande partie sur ce qui se fait du côté des télévisions privées et inévitablement au diapason avec le paradigme économique dominant.

### 3.1 La confusion étymologique moderne entourant les notions de culture et de démocratie

Il est difficile d'échapper à l'air du temps. Ainsi, l'évolution, et par ricochet l'appauvrissement, des sens donnés aux mots culture et démocratie par les dirigeants de la SRC est tributaire de l'omniprésence de la logomachie moderne entourant ces termes. Aujourd'hui, sont renvoyées dans le domaine de la culture les émissions de variété qui mettent à contribution des personnalités publiques ainsi que les tribunes qui offrent à quelques artistes – bien souvent les mêmes – la possibilité de présenter leurs « produits culturels ». C'est dans cette perspective, entre autres, que *La Fureur* est décrite par la SRC comme une « vitrine par excellence de la chanson à la télévision » (Cahier de lancement, saison 2006-2007) et que le populaire *Tout le monde en parle* devient le lieu tout indiqué pour recevoir les personnalités évoluant dans le milieu culturel.

Pendant qu'on bourre la grille-horaire d'émissions soi-disant comiques, il n'y a plus, à Radio-Canada, l'ombre d'une émission littéraire, et l'on rogne chaque année sur les quelques émissions d'affaires publiques qui restent à l'antenne. Il n'y a qu'un endroit où romanciers, intellectuels et personnalités étrangères peuvent être accueillis : à *Tout le monde en parle...* (Gagnon, 2005, p. A24)

On trouve là un terrain propice où peut se développer, chez le téléspectateur, une confusion marquée eu égard à la notion de culture. Alors que cette dernière devrait, en principe, inscrire l'individu dans un rapport critique au monde, on la récupère sur les ondes de la télévision de Radio-Canada dans des contextes purement distrayants, qui ne provoquent en rien la « commotion » du téléspectateur. La culture aujourd'hui diffusée sur les ondes de la SRC s'installe dans un doux ronron et est déployée dans un cadre uniformisant qui vise à intégrer l'individu au système et non à favoriser une présence réfléchie au monde. Alors qu'une émission comme *Les Beaux Dimanches* pouvait, par moments, être déstabilisante, mais combien édifiante, pour le téléspectateur de par le caractère plus exigeant des œuvres qu'elle diffusait, la programmation de la SRC en matière de culture propose actuellement des produits plutôt standardisés qui ne provoquent que très rarement la « commotion ».

Ce qu'il y a plus déroutant encore, c'est que malgré le changement radical opéré au sein de sa programmation culturelle, le discours de la SRC à cet égard, lui, ne change pas, ou si peu. Les dirigeants de Radio-Canada croient et clament haut et fort que leur télévision est culturelle. « Je travaille dans une institution publique qui est fondamentale pour la culture », (Dumas, 2003, p. Arts spectacles 8) affirme Mario Clément en 2003. Cette croyance répandue chez les responsables de la SRC est emblématique de l'appauvrissement de la notion de culture à leurs yeux. Emblématique certes, mais non pas isolée, puisque les sociétés occidentales en général ont tendance à confondre culture, au sens esthétique du terme, et culture de masse, un concept qui relève davantage d'une mécanique industrielle que du raffinement.

En ce qui a trait à l'idéal démocratique de la télévision de Radio-Canada, force est de constater qu'il a, lui aussi, perdu de son lustre au fil des ans. « D'une certaine manière, on peut dire que la télévision de masse a les mêmes avantages et les mêmes inconvénients que la démocratie de masse : une égalité toujours factice et un suffrage universel dont il est impossible d'affirmer qu'il soit utilisé rationnellement. » (Wolton, 1990, p. 115) Ainsi, le facteur « liberté » caractérisant la télévision est à la fois l'allié et l'ennemi de ce média de masse. Si, d'une part, il permet au plus grand nombre de sonder librement des contenus auxquels il n'aurait pas accès autrement, il expose aussi les téléspectateurs à une telle quantité d'informations – de banalités surtout – qu'un tri critique et réfléchi devient problématique. D'où la polémique à l'effet que la liberté d'expression que valorise la télévision est également garante de sa tendance marquée à dire à la fois tout et n'importe quoi. La question de la démocratie est d'ailleurs ambiguë en télévision. Il y a une « déconnexion croissante entre les enjeux majeurs de la vie démocratique et leur traitement par la télévision. Personne n'a la responsabilité de cet état de fait. Il n'y a nulle volonté d'un *deus ex machina* manipulant des fils invisibles » (Couture, 2005, p.10), mais il reste que la tendance marquée qu'a la télévision à traiter sur un ton analogue toute la gamme des sujets est en partie responsable de la dégénérescence de l'espace public.

Sous prétexte de permettre la liberté de l'expression citoyenne, les télévisions, publiques comme privées, vont justifier la diffusion de n'importe quel propos dans cet espace public. En effet, il semble que les responsables des chaînes télévisées attribuent à cette « liberté absolue » un pouvoir discrétionnaire qui favorise l'intégration de toutes les paroles – insignifiantes ou non – au sein de la sphère publique médiatisée. Dans le cas précis de la télévision de Radio-Canada, un exemple clé et combien actuel de cette conjoncture est sans contredit le populaire *Tout le monde en parle*, qui confond bêtement la résistance face à la rectitude politique et l'étalement de discours chocs sans fondement. Ainsi, à la SRC, comme dans bien d'autres secteurs de la société moderne, la conception d'une démocratie favorisant un échange vigoureux d'idées et d'opinions réfléchies s'est graduellement travestie en une démocratisation à outrance de la parole publique permettant à tout un chacun d'exprimer son jugement individuel et approximatif quant aux enjeux de société. Du coup, la prise en charge citoyenne du devenir collectif n'est plus, « une culture du narcissisme », pour reprendre l'expression de Christopher Lasch, s'installe, favorisant forcément la transformation de l'espace public en un lieu spectaculaire, tant au sens où ce que l'on y diffuse relève largement du spectacle que dans la perspective où le citoyen y évolue confiné à un rôle de spectateur d'un monde sur lequel il n'aurait plus aucune emprise.

« La vague de la mondialisation, la mode du laisser-faire et la supposée supériorité du secteur privé qui, en radiodiffusion comme dans bien d'autres domaines, tendent à réduire l'État [et par conséquent le citoyen] à l'impuissance » (Sauvageau, 1998, p. 170) ne sont pas étrangères à la dépolitisation des sociétés modernes. Le discours entourant la mondialisation s'est radicalement transformé au cours des 20 dernières années. Les dirigeants d'entreprises, même ceux de la télévision publique de Radio-Canada, n'ont plus que les mots rentabilité, liberté et progrès en bouches. D'ailleurs, la démocratie, aujourd'hui, est intimement liée à l'idée de libre concurrence, de libre marché ; comme si l'autonomie du citoyen reposait sur sa capacité à consommer librement des biens et des services. Même

« Radio-Canada, bien qu'elle joue un rôle non négligeable par l'originalité de certaines de ses productions et les ressources qu'elle consacre à l'information, a été heurtée de plein fouet par la logique du marché et le discours de la mondialisation. » (Sauvageau, 1998, p. 173) L'affiliation aujourd'hui avérée de la télévision publique généraliste au paradigme économique a d'ailleurs des conséquences majeures sur ses fondements culturel et démocratique.

On a certes reconnu du bout des lèvres son rôle bénéfique en politique, puisqu'elle contribue à la rendre « visible pour tous », mais pour ajouter aussitôt qu'elle favorise au moins autant la transformation de la politique en spectacle et en publicité. Quant à son rôle pour le reste des programmes, on y a souvent vu le triomphe de la logique de standardisation, de nivellement et d'appauvrissement culturels propres à la société de consommation. » (Wolton, p. 124)

Pour pallier aux maux susmentionnés, la télévision publique doit « opposer une autre logique, démocratique, à la logique néo-libérale imposée par la mondialisation » (Sauvageau, 1998, p.174) Un enjeu colossal à l'heure où la multiplication des réseaux spécialisés appartenant à de grands conglomerats est en pleine effervescence. N'est-ce pas d'ailleurs dans une logique d'abdication de sa mission de service public de télévision que la SRC transfère graduellement ses mandats culturel et d'information vers ses chaînes spécialisées satellites ? Sans doute est-ce là la seule option rentable qu'ont vue les dirigeants de la SRC pour rivaliser contre les Groupe TVA et Astral Media de ce monde.

Un fait indéniable à souligner ces quelques dix dernières années est que « Radio-Canada semble considérer les chaînes spécialisées comme étant le refuge de certains de ses mandats plus pointus » (Cauchon, 2005, p. B6). Il apparaît évident, quand on jette un œil attentif sur les programmations du Réseau de l'Information (RDI), chaîne spécialisée en information appartenant à la SRC, et d'ARTV, chaîne culturelle spécialisée dont Radio-Canada est l'actionnaire principal (37 %), que ces réseaux récupèrent graduellement les mandats informatif et culturel de la SRC, et cela en dépit des propos du vice-président principal des Services français, M. Sylvain LaFrance, voulant qu'il ne soit « pas question un jour d'avoir toute la culture sur ARTV et toute l'information sur RDI » (Proulx, 2005).

Force est pourtant de constater que, depuis l'entrée en scène de RDI, en 1995, les argumentaires nourris de connaissances et les débats de société se font de plus en plus rares sur les ondes de la SRC. Bien que ce genre d'émission avait déjà été largement délaissé par la télévision de Radio-Canada, même avant l'arrivée de RDI, on note une recrudescence de cette stratégie ces quelques dix dernières années. Les intellectuels et les invités politiques font généralement fuir les téléspectateurs, à moins qu'ils ne soient à l'écran pour étaler leur vécu, d'où l'intérêt pour Radio-Canada de les retirer des ondes de sa programmation générale et de leur substituer des émissions de variété, des dramatiques et des téléromans, notamment en heure de grande écoute. Si on retrouve à RDI des émissions d'affaires publiques et des panels dédiés à certains enjeux collectifs majeurs – pensons entre autres ici aux émissions spéciales sur le dépôt du rapport Gomery diffusées en novembre 2005 ou sur les mobilisations populaires autour du mont Orford présentée en juin 2006 – on est rarement en présence d'une table ronde ou d'un débat de fond sur les ondes de la SRC. Ces sujets seront traités à Radio-Canada, certes, mais dans le cadre de ses bulletins de nouvelles, là où l'immédiateté et la célérité priment largement sur l'analyse. Bien que la télévision publique perpétue la tradition de la critique réfléchie avec quelques émissions courageuses, entre autres *Zone libre*, il est à noter que le renoncement des téléspectateurs à les regarder porte préjudice à ce type de programmation.

« En ce qui concerne les éventuelles émissions culturelles plus ciblées, que ce soient des documentaires, des magazines ou des diffusions de spectacles, on sent très bien, même si ce n'est jamais dit clairement par les patrons de Radio-Canada, que ceux-ci considèrent que ARTV est là pour remplir cette mission. » (Cauchon, 2005, p. B6) Au cours de la dernière année, rares sont les grandes productions culturelles à avoir atteint les ondes de la SRC. On se souviendra néanmoins de la présentation en direct du concert d'ouverture de l'Orchestre symphonique de Montréal, le 6 septembre 2006. *La Symphonie éclatée*, diffusé de 20 h 30 à 22 h, a récolté une audience de 347 000 téléspectateurs, pour une part de marché de 11,6 %. Des résultats intéressants, mais sans plus, puisque plusieurs émissions de

variété et nombre de téléromans dépassent hebdomadairement la barre des 500 000 auditeurs à la SRC. Or, quand on sait que la part d'écoute d'ARTV oscille autour des 2,0 %, on ne peut qu'affirmer que la culture, pour rejoindre plus largement les citoyens, les unir entre eux et ainsi les inscrire dans un rapport critique à l'œuvre d'art et au monde, a tout intérêt à se retrouver plus abondamment sur les ondes de la télévision publique nationale plutôt que sur une chaîne spécialisée.

Il faut toutefois prendre en compte le fait que la frénésie entourant l'éclosion des chaînes spécialisées est difficilement réversible parce que :

Symptomatique de la philosophie individualiste démocratique voulant que l'individu soit libre de choisir parmi une gamme étendue de possibilités. Ce pourquoi on a aujourd'hui tendance à présenter la télévision thématique comme plus adéquate à cette société « mille-feuille », alors même que la télévision généraliste offre, au contraire, une forme de lien social à un moment où les mécanisme de fragmentation semblent l'emporter. (Wolton, 1990, p. 124)

Ainsi, en plus de transférer vers ses chaînes spécialisées affiliées ses mandats d'information et de culture, les sens donnés à ces conceptions par les dirigeants de la SRC sont nettement en accord avec la tendance moderne plus générale discréditant ces termes. Alors que la démocratie se traduit aujourd'hui par une accessibilité sans limite à des informations en tous genres, la culture, pour sa part, tend à se faire synonyme de divertissement. Une conjoncture qui, rappelons-le, est à des lieux de favoriser une présence réfléchie au monde.

### **3.2 Spectacularisation à la Société Radio-Canada ou l'autopsie d'une télévision publique culturelle et démocratique**

Nul doute qu'un lien puissant unit la programmation de la télévision publique de Radio-Canada à son mode de financement.

La force de la programmation résulte, en effet, de la capacité à maintenir une autonomie de l'offre par rapport à la demande, donc de la possibilité de présenter des programmes non assurés des meilleurs succès d'audience – deux conditions qui, a priori, donnent à la télévision publique la possibilité d'établir la meilleure programmation puisque la télévision privée est davantage soumise à une programmation « économique », où l'offre doit tendre à correspondre exactement, pour des raisons de rentabilité, à la demande. (Wolton, 1990, p. 69)

Dans un contexte où le financement de la SRC est de plus en plus incertain, l'autonomie de l'offre télévisuelle se fait, elle aussi, de plus en plus précaire : une conjoncture qui a pour conséquence d'enfermer la télévision publique dans des créneaux qui entrent diamétralement en conflit avec ses mandats originaux. Contrecoups de cette situation : l'hyper émotivité et le sensationnalisme présents en information rendent illusoire la faculté critique du téléspectateur et tendent à renforcer la spectacularisation à la télévision publique de Radio-Canada. Tout cela sans compter l'inversion notable au sein de la logique de la production culturelle, qui rend dorénavant conforme toute initiative en ce sens.

### **3.2.1 Une télévision publique qui n'est plus à l'abri des contingences du marché**

En cinquante ans, tous les genres télévisuels ont été bouleversés par la quête de la performance. Au modèle politique qui prévalait aux débuts de la télévision publique a succédé le modèle économique, qui rationalise tout sur son passage.

Aujourd'hui, le paradigme dominant est économique [...]. La télévision ne doit plus être une activité d'exception, mais comme toute autre activité, y compris culturelle, elle doit être régie par les lois du marché, avec une vérité des prix, la sanction pour les produits qui ne trouvent pas leur public, le profit, le recours à la publicité, un minimum de rentabilité. Rien ne justifie que la télévision échappe à la loi économique générale [...]. La télévision est une industrie comme les autres, certes culturelle, mais industrie tout de même, et de ce fait soumise aux lois inhérentes au marché – fusions, concentration, faillites, alliances, conquêtes de marché, comme on le voit dans l'édition, le disque, le cinéma.... » (Wolton, 1990, p. 32)

Dans ce cas précis, la vision qu'a Dominique Wolton de l'industrie télévisuelle correspond, en partie, à l'idée que s'en fait Robert McChesney, qui perçoit les productions médiatiques comme des marchandises dont le but premier est d'accroître les profits de l'entreprise. Une affirmation qui rejoint d'ailleurs largement l'idée qu'avaient Adorno et Horkheimer de l'industrie culturelle, en laquelle ils voyaient un système socialement accepté visant, d'abord et avant tout, la rentabilité, et ce, au détriment d'une prise de conscience des individus à l'égard de leur individualité et de leur devenir collectif. D'ailleurs, le fait que « le film et la radio [aujourd'hui les télédiffuseurs] se définissent eux-mêmes comme une industrie et, en publiant les montants des revenus de leurs directeurs généraux,

font taire tous les doutes sur la nécessité sociale de leurs produits » (Horkheimer et Adorno 1974, p. 130), vient appuyer la thèse plus générale voulant que la télévision ait intégré sans trop de mal le paradigme économique.

Ainsi, « la télévision française de Radio-Canada n'est plus qu'une chaîne commerciale parmi d'autres, qui livre une belle concurrence à sa rivale TVA, mais qui a abdiqué la plupart de ses responsabilités de diffuseur public. » (Sauvageau, 1998, p. 170) Dans le même esprit que bon nombre d'auteurs, nous sommes d'avis que la programmation de Radio-Canada a perdu de son unicité. La recherche à tout prix de la cote d'écoute et des revenus publicitaires qui l'accompagnent ont transformé radicalement le mandat de la SRC. Le caractère public, mais à la fois généraliste de la télévision de Radio-Canada y a sans doute été pour quelque chose.

Plaire au plus grand nombre, c'est-à-dire vouloir plaire à tout le monde conduit en fait à ne plaire à personne. Cela rend à la fois l'exercice fascinant et terrible. La logique du plus grand nombre, compté, recompté, analysé au jour le jour permet l'instauration d'un système de réglage permanent, d'une mise au point empirique fondée sur l'observation quotidienne de ce qui "marche". (Couture, 2005, p. 8)

Sans nous attarder plus longuement sur l'affiliation évidente qu'entretient la Société Radio-Canada avec le paradigme économique dominant – cet axiome ayant déjà été largement soulevé au chapitre I de ce mémoire – rappelons simplement, afin de synthétiser notre raisonnement, « que le mode de financement de la télévision publique est au cœur de son problème et de l'essence même du cercle vicieux dans lequel elle s'est enfermée. » (Cauchon, 2005, p. B6)

### **3.2.2 La spectacularisation de l'espace public dans un contexte d'hyper-émotivité**

« Pour les chaînes de télévision, informer est devenu synonyme de séduire. Cet impératif du rassemblement est contradictoire avec la nécessité de refléter la complexité du monde. » (Couture, 2005, p. 11) D'ailleurs, le lien particulier qui s'établit aujourd'hui entre le média télévisuel et le téléspectateur est largement incompatible avec les ambitions démocratiques des télévisions publiques.

Informé, tout en favorisant le recul et la réflexion du téléspectateur, va à l'encontre de la tendance dominante qui priorise la succession d'images et de réalités parcellaires.

Alors que la lecture des journaux fait appel à une attention assez soutenue, que la radio oblige à une certaine vigilance de l'écoute, l'image surgit dans son apparence de vérité pour nous toucher et nous émouvoir, sollicitant une succession de réactions instantanées, peu affectées par notre capacité critique. » (Couture, 2005, p. 29)

Ainsi, la primauté de l'image dissipe les explications en amont et balaye le contexte se trouvant à l'extérieur de son champ de vision. L'image, dépossédée de tout cadre social, se présente comme une vérité en soi, inébranlable. La complexité du monde devient donc anonyme, muette même, parce qu'arrachée à son contexte et imbriquée à une logique de l'instantanéité qui ne permet pas que l'on s'y attarde assez longtemps pour percevoir la réalité hors-cadre. Et comme les bulletins de nouvelles de la SRC tendent de plus en plus à se coller à ce culte de l'instant présent éprouvé depuis des années déjà du côté des télévisions privées et que les lieux permettant l'analyse se font aujourd'hui quasi inexistantes sur les ondes de la télévision publique, la présence réfléchie du téléspectateur au monde est devenue de plus en plus difficile. « Le monde va, secoué par des spasmes de toutes natures, mais tant que, derrière son bureau, le présentateur nous en parle avec calme, les yeux dans les yeux, la gravité de l'actualité s'en trouve presque déréalisée [...] Le public se trouve donc privé d'esprit critique. » (Couture, 2005, p.35)

« Faire rêver et faire oublier, sans jamais laisser de traces, les images du jour s'effaçant devant celles du lendemain » (Wolton, p. 11) : voilà la stratégie actuelle des médias de masse, stratégie qui légitime tout naturellement le narcissisme des sociétés modernes. Aussi étrange que cela puisse paraître, un parallèle est à faire ici entre cet individualisme éprouvé, les informations télévisées et la télé-réalité.

Si le service public refuse la télé-réalité dans ses programmes, il l'a laissée pénétrer dans l'information. Pour les grandes chaînes, l'actualité n'a de sens que si l'on peut en observer les conséquences sur le citoyen [...] Ce qui a favorisé le succès de la télé-réalité a aussi nourri l'évolution du journal : le besoin du public de se voir représenté à l'antenne. (Couture, 2005, p. 40)

Cette opportunité qui est donnée au téléspectateur de se retrouver à l'écran et de se projeter sans risque dans une réalité analogue à la sienne a pour effet de déclencher chez lui une vive émotion, et par conséquent une importante démobilisation. « Le simple fait de voir, de regarder et de s'apitoyer un peu permet d'exercer sa compassion et d'en tirer un profit un peu narcissique » (Couture, 2005, p. 42) La toute-puissance de la sphère médiatique est dès lors renforcée par le besoin d'identification du téléspectateur, avec pour privilège, pour le média, de choisir « la nature du reflet, là encore avec comme seul critère celui de l'efficacité et de la performance » (Couture, 2005, p. 41).

Le procédé susmentionné, c'est-à-dire l'« effet miroir », a des répercussions notables sur la capacité du citoyen à entrer dans un rapport réfléchi au monde, puisque l'émotion que suscite chez lui la vue d'une réalité étonnement semblable à la sienne anesthésie sa capacité d'analyse. À l'instar de cette incapacité à porter un jugement critique sur le monde, son aptitude à se le représenter est elle aussi menacée. C'est qu'il « est difficile à la fois de vivre, c'est-à-dire de s'adapter à un certain contexte et d'être en même temps suffisamment distancié pour l'analyser en permanence. » (Wolton, 1990, p. 42)

Alors que la télévision publique de Radio-Canada est clairement définie par ses dirigeants comme un « outil de compréhension et d'appréhension du monde » (Proulx, 2005), on sent un net relâchement du côté de l'information et des affaires publiques au profit du sensationnel et du spectaculaire. L'information mûrie et réfléchie, permettant d'entretenir un rapport critique face au monde, est en déclin sur les ondes de la SRC ces dernières années. Lui ont succédé les émissions de variété, qui prétendent faire de l'information, ou les magazines plus légers, qui ne favorisent pas nécessairement un raisonnement poussé chez le téléspectateur. Pourtant, « pour les chaînes généralistes [et encore plus pour la SRC] l'enjeu de l'information reste capital. Il en va de leur leadership. Un grand média ne peut s'asseoir sur sa crédibilité qu'avec une grille des programmes où le téléspectateur

sait qu'il a rendez-vous avec le "monde" » (Couture, 2005, p. 58) et non avec un stéréotype de ce dernier plagié de sa propre réalité.

### **3.2.3 La culture télévisée dans une logique d'inversion des productions culturelles**

Nous l'avons vu précédemment, la culture, au sens humaniste du terme, permet le développement de l'esprit et le jugement critique du citoyen. C'est la culture qui permet d'aller vers l'autre, d'entrer dans un rapport réfléchi à l'altérité et de ne pas appréhender le monde à travers un miroir déformant. À ses débuts, la télévision publique a d'ailleurs entretenu un rapport salubre avec la culture. Le média télévisuel a permis à tout un pan de la société de s'émanciper et de comprendre un univers qui lui était jusque là insondable. Pendant des années, Radio-Canada a joué un rôle de levier culturel pour la société québécoise, ce qui faisait justement d'elle une télévision culturelle au sens esthétique du terme. Il n'était pas question, dans les années 1950 et même 1960, de rentabiliser la culture; cette dernière avait alors préséance sur les questions d'ordre économique. Or, cette conjoncture s'est progressivement brouillée, conséquence sans doute inévitable du discours libéral-libertaire soixante-huitard. La démocratisation de la culture, revendication importante de cette période, qui devait, à prime abord, permettre une émancipation encore plus grande du citoyen, s'est soldée en une assimilation aveugle aux exigences du marché (Lasch, 2001).

La culture et l'industrie télévisuelle qu'est rapidement devenue la télévision, se sont donc retrouvées sous le couvert d'un système purement rationnel qui favorisait à la fois l'uniformité et la standardisation :

Le monde culturel a cru que la télévision faisait partie de son univers, qu'elle se devait de prolonger l'école, de faire réfléchir, d'engager le débat politique, économique ou social. Mais l'astre dominant et récemment privatisé obéissait à sa logique de succès. Et cette logique passait par la satisfaction des attentes des téléspectateurs. Le public attendait principalement de la télévision de pouvoir se divertir, s'oublier, s'affranchir des contraintes du réel. La fracture entre ce public-là et une certaine élite intellectuelle va dès lors se creuser peu à peu chaque jour. (Couture, 2005, p. 110)

C'est d'ailleurs cette inversion dans la logique de la production culturelle qui viendra porter un dur coup à la culture en télévision. Le fait que la demande du téléspectateur ait dès lors préséance sur le processus créatif indifférencie la culture de l'économie et la travestit, du coup, en culture de masse, c'est-à-dire en un produit standardisé répondant aux exigences du marché (Adorno et Horkheimer, 1974).

Ce renversement apparemment démocratique en prétextant "mettre le consommateur au poste de commande", aboutit à une rigidité supérieure puisque l'initiative qui, plus encore en matière culturelle que dans n'importe quel secteur, vient de l'offre est ici en réalité dépendante de la demande. Un système de production partant de la demande est apparemment performant mais avec un constant risque de conformisme et de stratification. (Wolton, 1990, p. 116)

C'est dans cette perspective que la culture de masse détruit l'individualité. Conçus à des fins de consommation, les produits de l'industrie culturelle ne visent qu'à plaire au plus grand nombre en vertu des préférences définies par celui-ci. Cette conjoncture témoigne bien du « triomphe de la culture de masse, donc de celle du nombre inséparable de la démocratie de masse et de son principal instrument, la télévision » (Wolton, 1990, p. 191) Cet état de fait présente néanmoins un inconvénient de taille : il y a incapacité pour le citoyen de s'émanciper du système, puisque ce dernier l'a intégré au point de lui dicter ce qu'il doit consommer. Ainsi, la culture, tout comme le citoyen, est prisonnière d'un procédé, refermé sur lui-même, duquel il est pratiquement impossible de s'affranchir.

Or, « rendre la télévision responsable de la standardisation, qui constitue une des limites de la société de masse, exprime une fois de plus l'idéologie de la toute puissance supposée de la télévision. C'est lui accorder un pouvoir bien au-delà de ses compétences. » (Wolton, 1990, p. 128) La soumission des productions intellectuelles et artistiques à la tendance générale va bien au-delà du cercle circonscrit par le média de masse télévision. C'est la société en générale qui est aux prises avec cette façon de penser le lien social qu'est l'efficacité. Une efficacité qui néglige la culture, en tant qu'élément essentiel de ce qui fait l'humain, pour entrer dans un rapport utilitariste face à celle-ci.

D'ailleurs, cette culture constitutive de la nature humaine nous apparaît comme antagonique au média télévisuel. « La culture, au sens où l'entendent tous ceux qui font profession de culture et qui s'affichent comme tel, n'a pas grand-chose à voir avec la télévision qui est fondamentalement un médium de masse. » (Wolton, 1990, p. 179) Ainsi, ce qui pénètre l'espace télévisuel n'a, à notre sens, absolument rien à voir avec la culture dite humaniste, tel que définie au chapitre I de ce mémoire. La culture récupérée par la télévision en est une massifiée, c'est-à-dire formée de « thèmes culturels qui peuvent faire l'objet d'un traitement audiovisuel dès lors que les règles de spectacle et de divertissement imposées par la télévision sont compatibles avec la nature culturelle des sujets traités. » (Wolton, 1990, p. 180) Ainsi, la programmation télévisuelle en matière de culture est tributaire de la nature de l'œuvre comme telle et pour que la culture s'affiche à l'écran elle se doit d'entrer dans l'archétype proposé, voire dicté, par l'entreprise médiatique.

Ce qui n'est pas sans exclure les cultures dites émergentes, qui ont encore aujourd'hui beaucoup de mal à trouver une reconnaissance au sein de l'espace public.

Le rapport de force entre les deux cultures n'a peut-être jamais été aussi difficile que depuis cinquante ans car, en facilitant l'émergence de la culture de masse, le modèle démocratique ne cesse de marginaliser la culture minoritaire. Et cela avec les meilleurs arguments du monde : progrès de la démocratie, élévation du niveau de vie et d'instruction. Bref, la culture du « nombre » s'est installée avec la légitimité de la lutte pour la démocratie, et, avec comme référence, l'idée implicite que le goût des publics est le bon goût. (Wolton, 1990, p. 191)

D'ailleurs, la télévision de Radio-Canada, comme bien d'autres télévisions d'ailleurs, se sert beaucoup de l'argument du « goût des publics » pour écarter certains projets culturels jugés hors norme. C'est pourquoi ce que l'on retrouve aujourd'hui sur les ondes de la SRC en matière de culture laisse souvent une impression de déjà vu. Ainsi, pour sortir des sentiers battus, un passage obligé par des formes de culture développées en-dehors du cadre uniformisant des médias de masse est un impératif. D'ailleurs, pourquoi donc s'entêter à vouloir rallier télévision et culture ? Cinquante ans de télé ne nous ont-elles pas largement

démontrées que ce mariage était joué d'avance ? L'enjeu serait donc de conscientiser les citoyens à témoigner davantage d'intérêt et à s'imprégner, surtout, de la culture qui est actuellement marginalisée par les médias de masse. Ce qui implique, inévitablement, de détourner les yeux de l'écran de télévision le temps d'une soirée au théâtre ou d'une visite au musée. Car après tout, « la culture existe avant la télévision et elle lui survivra » (Wolton, 1990, p. 212).

Tel qu'illustré précédemment, dans les médias de masse, particulièrement à la télévision, tout est prétexte à l'amusement. De nos jours, on n'informe plus, on amuse. On n'éduque plus, on amuse aussi. Et on ne divertit même plus, on amuse, encore et toujours. Dans ce contexte, où tout ce qui est dit et montré relève quasi inévitablement du divertissement, le « téléspectateur enregistre sans filtre, sans vigilance, ce qui est diffusé, avec une soumission qu'aucun autre média ne peut obtenir. » (Couture, 2005, p. 9) D'ailleurs, la régression du discours public est largement attribuable à cette accentuation généralisée du divertissement dans les grilles de programmation télévisuelle (Tremblay et Harvey, 1991).

Le renvoi évident des émissions d'information et d'affaires publiques dans des créneaux hors de la période de grande écoute et l'hybridation des genres télévisuels qui tend à renforcer la spectacularisation (déjà fort avancée) de tout ce dont traite la télévision, constituent autant de sujets de préoccupation pour toute personne qui se sent le moins concernée par l'importance des communications dans le fonctionnement des démocraties occidentales. (Tremblay et Harvey, 1991, p. 74)

Tributaire d'une baisse notable du discours public à la télévision, de l'imbrication des genres télévisuels sous le couvert du divertissement et d'une marginalisation de la politique et de la culture dans les médias de masse, la spectacularisation de l'espace public apparaît comme le propre de la sphère médiatique. Qui plus est, même les télévisions publiques, dans le cas qui nous intéresse ici celle de Radio-Canada, ont du mal à échapper à l'air du temps et à respecter leurs mandats d'information et d'éducation. Incapables de se soustraire du paradigme économique dominant, qui favorise justement cette spectacularisation parce que rentable, les télévisions publiques, si elles veulent le demeurer, auront d'intéressants défis à relever en ce début de XXI<sup>e</sup> siècle.

## CONCLUSION

Au cours de ce travail, nous avons porté un regard critique sur l'évolution de la programmation télévisuelle de la Société Radio-Canada, et plus spécifiquement sur le discours qu'entretiennent ses dirigeants à son égard. Notre objectif de recherche était principalement de déterminer si, à l'instar de ce qu'en dit la direction de la SRC, l'information permettant une réflexion critique et la culture favorisant un rapport distancié au monde avaient toujours leur place sur les ondes de la télévision publique de Radio-Canada. De ce questionnement a émergé la problématique suivante : le discours entourant actuellement les notions de culture et de démocratie, récupéré entre autres par les dirigeants de la SRC, contribue au travestissement des émissions d'information et de culture en des produits largement divertissants qui encouragent une spectacularisation marquée de l'espace public.

Une analyse critique des sens donnés aux notions de culture, de démocratie et de télévision publique nous a permis de poser les bases théoriques propres à notre étude et de circonscrire ainsi l'étendue de nos recherches. Une conception humaniste de la culture, en tant que rapport réfléchi au monde, a été privilégiée tout au long de ce mémoire. Intimement liée à l'idée d'autonomie, telle que définie par Cornelius Castoriadis, la notion de culture s'inscrit, pour nous, dans une logique d'interrogation qui permet un retour critique sur soi et sur le devenir collectif. En opposition avec la culture de masse, la culture, au sens esthétique du terme, se profile telle une expression créative complètement dissociée de l'idée de « production industrielle de biens culturelles ». Quant à la vie démocratique, elle prend elle aussi tout son sens lorsque pensée telle un rapport réfléchi au monde et non comme une simple accessibilité aux savoirs et aux moyens d'expression qui permettent le jugement des individus. Notre analyse nous a d'ailleurs permis de relever une confusion marquée entre les notions de liberté et d'absence de limites, confusion qui est, à notre sens, le propre des démocraties contemporaines et qui légitime l'accès d'informations souvent parcellaires au sein de l'espace public. À

ce propos, la télévision se présente d'ailleurs comme un outil majeur de la spectacularisation de l'espace collectif de réflexion. Tant par sa forme que par les contenus qu'elle véhicule, la télévision, même publique, entretient une relation trouble avec la démocratie parce que soumise, entre autres, au paradigme économique et aux exigences d'instantanéité, de rentabilité et de célérité que celui-ci préconise. Dans le cas précis de la télévision de Radio-Canada, cette réalité d'un média télévisuel à la recherche d'une identité qui lui soit propre et qui soit en retrait des exigences du marché est encore plus capitale parce que cette télévision est à la fois publique et généraliste.

D'ailleurs, une analyse pointue d'études gouvernementales et privées portant sur l'évolution de la programmation de la SRC de même qu'une observation sommaire des différentes grilles de programmation de la chaîne a fait ressortir trois caractéristiques majeures témoignant de l'état actuel des choses. D'abord, une orientation nette de la programmation en faveur du divertissement est palpable à la SRC. La stratégie préconisée par les dirigeants de Radio-Canada est de prioriser les émissions de variété, les dramatiques et les téléromans au détriment d'émissions à caractères informatif et éducatif. Dans le but évident d'attirer les téléspectateurs sur ses ondes, et par extension les annonceurs, la SRC s'en remet largement aux formules éprouvées du côté des chaînes privées qui valorisent généralement l'amusement au profit de l'analyse et de la réflexion. Certes, certaines émissions dignes d'être diffusées sur les ondes de la télévision publique nationale demeurent – pensons entre autres ici à *Zone libre* ou à *Découverte* – mais elles se font si rares actuellement et leur destin respectif est si chancelant que l'on peut conclure que le sort réservé à l'information à la SRC est plutôt inquiétant. En matière de culture, il est à noter le retrait marqué de la télévision de Radio-Canada en la matière. Les émissions dédiées à la culture – et non à la promotion de personnalités dites culturelles – se font quasi inexistantes. Si quelques unes d'entre elles subsistent, elles sont dans des cases horaires plutôt obscures et peu achalandées, ce qui est bien loin de faire de la Société Radio-

Canada une télévision « pour la culture », comme souhaiterait le faire croire Mario Clément.

Il est d'ailleurs à noter que nombre d'émissions diffusées à la SRC jouent, ces dernières années, sur plusieurs registres et viennent ainsi ajouter la confusion à l'inquiétude. Il s'agit d'ailleurs de la seconde conclusion issue de notre analyse : le croisement des genres télévisuels. Les magazines « d'information » et les émissions de variété qui prétendent faire de l'information sont en nombre croissant sur les ondes de la SRC. Le problème est d'ailleurs qu'elles tendent désormais à occuper tout l'espace, même celui autrefois destiné aux émissions d'information et d'affaires publiques. Cette conjoncture a inévitablement pour effet de réduire les possibilités de réflexion du téléspectateur et dévitalise ainsi le mandat démocratique de la télévision publique de Radio-Canada. Enfin, le dernier constat issu de notre analyse concerne la tendance marquée qu'a la SRC à s'en remettre au pastiche, c'est-à-dire à s'inspirer un peu trop largement de ce qui se fait en matière de programmation du côté des chaînes privées. Se distinguant de moins en moins des autres réseaux, la télévision de Radio-Canada, dont les mandats originaux ont été clairement identifiés comme devant permettre au citoyen d'appréhender le monde, tend à mettre à l'avant-plan de ses priorités des exigences dites économiques. Exigences qui ne cadrent tout simplement pas avec la mission de service public dont cette télévision a été dès ses tout débuts, et est encore aujourd'hui, soulignons-le, investie.

En vérité, nous ne pouvons accuser les seuls dirigeants de la SRC de ce manquement au respect des mandats fondamentaux de la télévision publique nationale. Certes, ils ont une part de responsabilité, car ils sont les décideurs en matière de programmation et de gestion de la Société, mais il faut comprendre que leurs agissements s'inscrivent dans une logique sociétale qui va bien au-delà du simple média télévisuel. En fait, c'est la société moderne en général qui tend à dénaturer les sens donnés aux notions de culture et de démocratie. Tout et n'importe quoi tend à se faire culture au même titre que n'importe quelle parole

intègre aisément l'espace public dans une logique de liberté pensée comme absolue. Cette liberté donne l'illusion d'une vie démocratique active alors que la grande majorité des citoyens est aujourd'hui passive et ne participe en rien au devenir collectif. C'est toute la conjoncture moderne et le paradigme économique, entre autres, dans lequel elle s'inscrit qui va en ce sens. Et comme il est difficile d'échapper à l'air du temps, la télévision, la population, les gestionnaires, tout un chacun suit cette tendance généralisée puisque d'une manière ou d'une autre, aucune action n'est réputée possible contre ce conformisme dominant. À la lumière de ce constat, il n'est donc pas étonnant que la télévision de Radio-Canada ait de plus en plus de mal à respecter ses mandats d'information et d'éducation. La télévision n'est que le reflet médiatisé d'une confusion plus large qui est présente sous de multiples formes dans la société.

Il faut rétablir l'équilibre qui s'est rompu entre la culture et l'industrie, les affaires et le service public, et retrouver le sens de l'État. Non seulement dans le secteur des médias d'ailleurs. Sans un regard critique sur les conséquences de la mondialisation dans leur ensemble, sans un changement plus général de politique, il serait illusoire de croire que les choses se redresseront dans les secteurs des médias et de la culture. » (Sauvageau, 1997, p. 111)

En effet, les enjeux d'aujourd'hui, liés à l'analyse du rôle de la télévision dans un espace public élargi, renvoient à une révision en profondeur de plusieurs autres facettes de la société. La spectacularisation marquée du média télévisuel n'est que la pointe d'un iceberg où s'accumulent chaque jour des « insignifiances » qui paralysent la réflexion citoyenne et figent, par le fait même, toute capacité de penser le devenir collectif d'un monde sur lequel le citoyen n'aurait, de toute manière, plus aucune emprise. Et comme reflet et outil majeur de cette apathie généralisée, nous retrouvons en tête de liste : la télévision. Cette télévision qui reconforte et abreuve le téléspectateur d'une telle quantité d'informations qu'il lui devient pratiquement impossible de faire un tri réfléchi de ce qui pourrait lui permettre d'appréhender le monde autrement. Le téléspectateur observe, passivement, ce que l'industrie télévisuelle lui propose, sans doute conscient qu'une large part de ce qu'il absorbe est inutile mais, à la fois, si reconfortant.

## RÉFÉRENCES

- Atkinson, Dave. 1998. « L'avenir de la télévision généraliste francophone ». *Cahier-Média*, no 6 (juillet), p.5-48.
- Beauchemin, Jean-François. 2002. *Ici Radio-Canada. 50 ans de télévision française*, Montréal : L'Homme.
- Castoriadis, Cornelius. 2000. *Le Monde morcelé*, Paris : Seuil.
- . 1996. *La montée de l'insignifiance*, Paris : Seuil.
- Chomsky, Noam et Robert W. McChesney. 1999. *Propagande, médias et démocratie*. Montréal : Écosociété
- Côté, Jean-François. 1989. « L'opérationnalisation de la culture ». *Société*.
- Couture, Xavier. 2005. *La dictature de l'émotion*. Paris : Louis Audibert.
- Freitag, Michel. 1982. « Transformation de la société et mutation de la culture. Partie I ». *Conjoncture politique au Québec*, no 2 (automne), p. 61-84.
- Gingras, Anne-Marie. 1999. *Médias et démocratie : le grand malentendu*, Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Horkheimer, Max et Theodor Adorno. 1974. *La dialectique de la raison*. Paris : Gallimard.
- Lasch, Christopher. 2001. *Culture de masse ou culture populaire?* Paris : Climats.
- . 2000. *La culture du narcissisme*. Castelnau-le-Lez : Climats.
- . 1996. *La révolte des élites*. Castelnau-le-Lez : Climats.
- Latouche, Serge. 1997. « La mondialisation et la fin du politique : diagnostic et perspectives ». *La Revue du M.A.U.S.S.*, no 9 (1<sup>er</sup> semestre), p.137-150.
- Lefebvre, Pierre. 2005. « Le verbe intransitif ». *Liberté*, no 268 (mai), p.3-19.
- Le Goff, Jean-Pierre. 2003. *La barbarie douce*, Paris : La Découverte.
- Martín-Barbero, Jesús. 2002. *Des médias aux médiataions*. Paris : CNRS.

- Moeglin, Pierre et Gaëtan Tremblay (dir. publ.). 2005. *L'avenir de la télévision généraliste*. Paris : L'Harmattan.
- Monière, Denis. 1999. *Démocratie médiatique et représentation politique*. Québec : Les presses de l'Université de Montréal.
- Muhlmann, Géraldine. 2004. *Du journalisme en démocratie*, Paris : Payot.
- Neveu, Éric. 1994. *Une société de communication ?* Paris : Montchrestien.
- Postman, Neil. 1986. *Se distraire à en mourir*. Paris : Flammarion.
- Proulx, Mario. 2005. *L'avenir d'une télévision publique en quête d'identité*. Documentaire radio, 53 min 31 s. Montréal : Première chaîne (SRC)
- Ramonet, Ignacio. 1999. *La tyrannie de la communication*. Coll. « L'espace critique », Paris: Galilée.
- Robert, Véronique. 2002. « 50 ans de télé ! ». *L'actualité*, vol. 27, no 12 (août), p. 76.
- Sauvageau, Florian. 1997. « Blues de fin de siècle ». *Communications*, vol. 18, no 1 (décembre), p.103-113.
- . 1998. « Médias et mondialisation : la culture ratatinée ». *Relations*, no 642 (juillet-août), p.169-174.
- Tremblay, Gaëtan et Roch Harvey. 1991. « Évolution des stratégies de programmation des radiodiffuseurs conventionnels ». *Communications*, *Communications*, vol. 12, no 2 (automne), p.52-79.
- Williams, Raymond. 1988. *Keywords: a vocabulary of culture and society*. Londres: Fontana.
- Wolton, Dominique. 1990. *Eloge du grand public*. Paris : Flammarion.

### Articles de journaux

- Béliveau, André. 1972. « Radio-Canada a 20 ans. Et puis après ? ». *La Presse* (Montréal), 7 septembre, p. C1-C2.
- Boileau, Josée. 2005. « La sous-télévision ». *Le Devoir* (Montréal), 25 août, p. A6.

- Cauchon, Paul. 2004. « Cap sur les dramatiques à Radio-Canada ». *Le Devoir* (Montréal), 5 janvier, p. B8.
- . 2005. « Dérapages radio-canadiens ». *Le Devoir* (Montréal), 7 février, p. B7.
- . 2005. « Du bon usage à la provocation ». *Le Devoir* (Montréal), 18 avril 2005, p. B6.
- . 2005. « Les nouvelles de l'automne ». *Le Devoir* (Montréal), 29 août, p. B6.
- . 2005. « Radio-Canada défend *Tout le monde en parle* ». *Le Devoir* (Montréal), 29 septembre, p. B7.
- Cousineau, Louise. 2004. « Guy A. Lepage sera le Thierry Ardisson québécois ». *La Presse* (Montréal), 15 juin, p. Arts spectacles 1.
- . 2005. « Séries américaines à Radio-Canada ». *La Presse* (Montréal), 12 mars, p. Arts spectacles 6.
- . 2005. « Radio-Canada pense déménager ses galas le samedi soir ». *La Presse* (Montréal), 6 avril, p. Arts spectacles 3.
- Dumas, Hugo. 2003. « Mario Clément n'a pas dit son dernier mot ». *La Presse* (Montréal), 25 octobre, p. Arts spectacles 8.
- . 2005. « Daniel Gourd prendra sa retraite ». *La Presse* (Montréal), 6 juin, p. Arts spectacles 2.
- . 2006. « Nouvelles "commandes" de Sophie Paquin ». *La Presse* (Montréal), 15 décembre 2006, p. Arts spectacles 3.
- Gagnon, Lysiane. 2005. « D'abord les Noirs, ensuite les Juifs ». *La Presse* (Montréal), 18 octobre, p. A16.
- . 2005. « Le temple de l'inculture ». *La Presse* (Montréal), 5 mars, p. A24.
- Hamelin, Jean. 1962. « Il y a dix ans naissait la Télévision canadienne ». *Journal de Montréal* (Montréal), 6 septembre, p. C-3.
- Petrowski, Nathalie. 2005. « Mario Clément. Agent de changement ». *La Presse* (Montréal), 11 septembre, p. Arts spectacle 7.

Therrien, Richard. 2003. « Où s'en va Radio-Canada ? Très bonne question... ». *Le Devoir* (Montréal), 13 février, p. B2.

Turcot, Geneviève. 2004. « L'état de notre télé d'État ». *Le Droit* (Ottawa), 24 novembre, p. A4.

Vastel, Michel. 2005. « Quand Radio-Canada "désinforme" ». *Le Soleil* (Québec), 5 février 2005, p. D6.

### **Lancements de programmation de la SRC**

SRC. « Votre service public ». Lancement saison 2006-2007.

SRC. « Vous allez voir ». Lancement saison 2005-2006.

SRC. « Ici Radio-Canada...en route vers l'avenir ». Lancement saison 2003-2004.

SRC. « Ici Radio-Canada! ...depuis 50 ans ». Lancement saison-2002-2003.

SRC. « Ici Radio-Canada ». Lancement saison 2001-2002.

SRC. « Radio-Canada vous en met plein la vie ». Lancement saison 1998-1999.

SRC. « De tout pour faire un monde ». Lancement saison 1994-1995.

SRC. « La Télé à votre image ». Lancement saison 1993-1994.

SRC. « La télévision de l'heure ». Lancement 1987-1988.

SRC. « La télévision de Radio-Canada ». Lancement saison 1984-1985.

SRC. « Radio-Canada ». Lancement saison 1983-1984.

SRC. « Soyez au poste ». Lancement saison 1982-1983.

SRC. « Radio-Canada d'abord ». Lancement saison 1981-1982.

SRC. « Je choisis Radio-Canada ». Lancement saison 1980-1981.