



Médias et démocratie
Le vrai danger : l'information spectacle
Si on a les gouvernements qu'on mérite, se pourrait-il
qu'on ait les médias qu'on mérite?

Par :
Pierre Vennat, journaliste

N.D.L.R. Ce texte de Pierre Vennat, chroniqueur à La Presse, membre du conseil d'administration du Conseil de presse du Québec et du conseil d'administration du Centre de ressources en éducation aux médias (CREM) a fait l'objet d'une conférence au colloque *Médias et démocratie* tenue à l' Université du Québec à Hull le 17 octobre 2002).

Les médias canadiens et québécois n'ont sans doute jamais été aussi souvent l'objet de commentaires que par les temps qui courent. La concentration de la propriété de nos principaux journaux, postes de radio, stations de télévision et magazines, quand ce n'est en plus les grosses imprimeries, la câblodistribution, l'édition de livres, le disque et les librairies entre les mains de gros conglomérats qui pratiquent la convergence à outrance aux dépens de la concurrence et de la diversité, en effraie plus d'un.

Pourtant, si on étudiait l'histoire des médias, surtout au Québec, on s'apercevrait que c'est sous un propriétaire unique et indépendant, les **Berthiaume**, que les journalistes de **La Presse** ont été le plus contrôlés et ont dû soutenir une grève de 7 mois, en 1964, ce qui a mené au congédiement de Gérard Pelletier quelques mois plus tard; que c'est sous la famille **Gilbert**, que les journalistes du **Soleil** ont été condamnés après le fameux **Samedi de la matraque** de la même année; et qu'au temps du sénateur **Desruisseaux**, à Sherbrooke et **Nichols** à Trois-Rivières, les journalistes de **La Tribune** et du **Nouvelliste** étaient bien moins libres qu'ils ne l'ont été depuis que **Power Corporation** et **Gesca** les contrôlent.

Bref, c'est pas tant **qui** est propriétaire, qui compte, mais **ce qu'il fait de son journal**, qui compte. Les propriétaires uniques, bien souvent, étaient bien plus susceptibles de subir les pressions du pouvoir politique ou de vouloir imposer leurs idées à leurs journalistes que les gros conglomérats économiques. Ce qui ne veut pas dire que le haut degré de concentration actuel est sans danger.

Le pourrissement des relations de travail, notamment chez **Quebecor** est également source d'inquiétude, de même que l'uniformisation de la politique éditoriale et la suspension, le congédiement ou la démission forcée de cadres supérieurs et de journalistes opposés à cette politique, dans les journaux propriété de la famille Asper.

Nier ces problèmes serait jouer le jeu de l'autruche. Je ne le ferai pas. Mais c'est ma prétention qu'un danger encore plus grave que la propriété des médias, la concentration et le danger de censure politique menace nos médias et que, trop souvent, les intellectuels et les universitaires l'ignorent. Ce danger, c'est l'**information-spectacle**, c'est la dictature des départements de marketing qui, présentement, mènent les rédactions par le bout du nez.

C'est aussi l'irresponsabilité des lecteurs, des auditeurs et des téléspectateurs, le nivellement par le bas, car, que les intellectuels veuillent l'admettre ou non, les médias procèdent maintenant par « focus group », le critère dominant c'est maintenant la cote d'écoute, le tirage et la capacité d'attirer des annonceurs pour telle émission ou tel cahier journalistique et la capacité de tel produit journalistique d'amener des sous au moulin.

Le danger, c'est pas que les propriétaires des médias tentent d'imposer telle ou telle idéologie par la voie des éditoriaux ou même des textes d'information. **Le danger, c'est que les médias n'ont plus d'idéologie, sauf celle de faire de l'argent. Le danger ce n'est pas que les journaux soient fédéralistes ou séparatistes, capitalistes ou anarchistes. Le danger c'est que les journaux (et par journaux, j'inclus la radio et la télé) soient devenus des magasins généraux où l'on tente d'offrir de tout au lecteur : un cahier livres pour celui qui lit, un cahier sports pour celui qui aime cela, de la mode, etc. À condition que le lecteur veuille cela et que l'annonceur soit prêt à le commanditer.**

Vous aurez donc un cahier automobile hebdomadaire, parce que les « vendeurs de char », comme on dit, annoncent. Et que les lecteurs adorent l'automobile. Tout comme ils raffolent des grands prix au point que même à Radio-Canada, on en présente des bouts. Et que des centaines de milliers de Montréal assistent au grand prix de formule Un et à la CART. Alors que nous n'avons pas de chroniqueur d'environnement à plein temps, parce que Greenpeace, les écolos, etc., n'annoncent pas et que les lecteurs n'en réclament pas davantage. Et j'en passe.

Commençons par une petite mise au point. Pendant 43 ans et trois mois, j'ai été journaliste permanent à l'emploi du quotidien **La Presse** à Montréal et fier de l'être. Et depuis le 8 septembre, pour une période d'au moins deux ans, je rédige une chronique hebdomadaire pour le même journal. Je n'ai donc l'intention ni d'être le méchant petit oiseau qui salit son nid, ni l'ingrat qui mord la main qui le nourrit.

Depuis le début du 21^e siècle, mon journal a nommé une journaliste permanente à Londres, qui vient s'ajouter aux correspondants réguliers qu'on avait déjà en Europe; et un autre journaliste permanent à Washington. On envoie beaucoup plus facilement qu'avant des journalistes à travers le monde, comme en Afghanistan, en ex-Yougoslavie, dans les territoires de Palestine et j'en passe, au lieu de se fier simplement à des pigistes ou des agences de presse. Nous avons maintenant un journaliste en permanence à Toronto et très bientôt, au début de l'an prochain, **Gesca**, dont **La Presse** est le bateau amiral, aura un correspondant en Chine. Enfin, la création de **Cyberpresse** avec une salle de

rédaction autonome d'une douzaine de journalistes qui ne font que du cyberjournalisme constitue sûrement un pas en avant.

Mais il reste une chose. Une chose dont on parle rarement et dont les lecteurs se plaignent rarement : il y a maintenant à **La Presse**, un cahier quotidien, je dis bien quotidien, d'**arts et spectacles**. Et une douzaine de journalistes qui, de façon régulière et exclusive, couvrent les arts et spectacles. Sans compter un autre aussi considérable de pigistes qui viennent s'ajouter à ces journalistes réguliers.

Parce que les cinémas, les chaînes télé, les producteurs de spectacles, de disques, etc., ils annoncent. Et que les lecteurs-consommateurs en demandent davantage. Si vous croyez que le lecteur moyen, je parle pas du professeur d'université, se lasse de Céline Dion, vous vous trompez. Il en redemande!

Alors on envoie une ou un journaliste permanent à tous les grands prix automobile à travers le monde, à tous les grands spectacles de Céline ou de Garou, aux États-Unis, en France, on couvre le festival de Cannes, les Jeux Olympiques bien sûr, etc. Mais on n'a envoyé personne au Sommet de la terre.

On marche avec des « focus groups ».

Le thème du présent colloque étant **médias et démocratie**, à l'œil, rien n'est plus démocratique que des « focus groups ». On choisit des lecteurs, on les invite au journal, ils disent ce qu'ils aiment ou non dans le journal et on leur livre.

Ça donne un cahier de « tendances modernes », (au début, d'ailleurs, on l'avait baptisé **Tendances**, avant de le baptiser **Actuel**). On y parle beaucoup de consommation, de mode (masculine comme féminine), d'alimentation (surtout des produits branchés), d'où aller magasiner, manger au restaurant, etc. Les spectacles qu'on devrait aller voir, les disques qu'on devrait acheter, les vêtements qu'on devrait mettre, etc. Comme par hasard, ce sont souvent ceux qui annoncent... Ajouter à cela un cahier hebdomadaire **Mon toit** pour le bricolage, une page de jardinage, une autre sur les oiseaux, un cahier complet de **Vacances-Voyages**, un cahier quotidien de nouvelles sportives (encore là une douzaine de journalistes), un cahier hebdomadaire d'**automobile**, un de **lectures**. Et un cahier hebdomadaire de **santé** personnelle (c'est à dire comment prendre soin de son corps).

Une fois qu'on a publié tout cela, reste bien peu de place pour la « vraie » nouvelle. On a quatre journalistes à Québec, deux à Ottawa, mais douze aux spectacles. Un seul à l'éducation, qui, sur une semaine de quatre jours et qu'on autorise rarement à faire du temps supplémentaire, couvre toutes les commissions scolaires du Québec (ce qui revient à dire qu'il ne fait en pratique que celle de Montréal, à moins qu'il y ait une vague de suicides ou autre chose ailleurs); et toute l'éducation, de la maternelle à l'université et encore toutes les écoles et toutes les universités.

On n'a qu'un journaliste régulier pour scruter le système de santé qui, j'espère que vous le savez, est en état de crise permanente. Et pour couvrir la nouvelle ville unifiée de Montréal, où on a regroupé 21 municipalités de force, on n'a toujours que 3 journalistes. Et j'en passe...

Vous croyez que nos lecteurs se plaignent. Erreur. Depuis qu'on publie **Actuel**, qui a fait des manchettes aussi intéressantes que sur les nouveaux soutiens-gorges, les marques de foie gras ou les pratiques amoureuses des lesbiennes, notre tirage a monté. Inutile de le nier : les chiffres sont là. Même les couples de jeunes professionnels pourtant instruits, ingénieurs, MBA, avocats, nous l'ont fait savoir : ils adorent ces cahiers !

« Nous sommes des professionnels, disent-ils. On n'a pas le temps de fouiller partout. Alors de se faire renseigner sur où aller, quoi acheter, etc. On adore, ça nous sauve du temps ».

Les pages économiques sont aussi bien lues. Là aussi, on a une douzaine de journalistes. Là, je suis un peu plus d'accord, car ils démystifient également les pratiques malhonnêtes des délits d'initiés. Mais bon, disons que c'est plus facile de dénoncer les pratiques malhonnêtes de concurrents que celles des propriétaires de nos médias. Lesquels bien sûr, sont tout ce qu'il y a de plus honnêtes de toute façon.

Le cahier vacances-voyages de **La Presse** est un des plus lus. Beaucoup plus que les nouvelles politiques et internationales. Là-dessus, le ras le bol envers les politiciens est tout ce qu'il y a de plus dangereux. On n'a qu'à regarder ce qui est arrivé en France au premier tour des dernières présidentielles, alors que l'absentéisme et le manque d'intérêt a permis l'éclosion du phénomène Le Pen. Et aux dernières législatives françaises 38% des Français n'ont pas voté.

Rien ne nous dit qu'il n'en sera pas ainsi ici aux prochaines élections québécoises. Et sans comparer la montée de l'**Action démocratique** de Mario Dumont au **FLN** de Le Pen, Mario Dumont n'est tout de même pas fasciste, reste que cette montée ressemble bien plus à un ras le bol envers les partis traditionnels qu'à un véritable renouveau politique. Ça ressemble beaucoup au phénomène **Anybody but...**

Pourtant, à notre grande surprise, un sondage effectué par la **Fédération professionnelle des journalistes du Québec** il y a deux ans avait démontré que... **la majorité des lecteurs québécois étaient satisfaits des médias**. De toute façon, c'est pas **Le Point** qu'une majorité de téléspectateurs québécois regardent, c'est **Infoman**. C'est pas **RDI**, c'est **La Petite vie...**

J'étais entré dans ce métier, en 1959, dans l'espoir de changer le monde. Et, effectivement, les journalistes québécois ont beaucoup contribué à transformer la société. Le ministère de l'Éducation, l'éducation gratuite, l'Université du Québec, les cégeps, les polyvalentes, la nationalisation de l'électricité, le mouvement indépendantiste, la sécularisation de la société, l'assurance-hospitalisation, l'assurance-vie, l'assurance-

automobile, tout cela ne serait pas arrivé sans l'appui des journalistes, qui ont vendu ces réformes ou la nécessité de ces réformes à la société.

Lorsque j'ai été embauché en 1959, Jean-Louis Gagnon n'engageait pas de journaliste qui ne contestait pas le duplessisme. Si tu étais conformiste, tu étais pro-Union nationale, on t'embauchait pas. Pas étonnant alors que les fondateurs au Québec du Rassemblement pour l'indépendance nationale, du Mouvement laïque de langue française, du Front de libération du Québec, du Parti socialiste du Québec, du Nouveau parti démocratique, aient été des journalistes. Aurait-on oublié que les René Lévesque, les Pierre Bourgeault, les Claude Ryan, les Pierre Laporte, les Gérard Filion étaient des journalistes? Tout cela semble bien fini.

Aujourd'hui, beaucoup de journalistes, trop sans doute, rêvent d'une carrière **intéressante**, plutôt que d'une carrière **militante**. De faire la une, ou d'avoir une émission à eux, de voyager, de faire de l'argent, d'être dans le jet set.

Bref, s'il est vrai que la concentration de la propriété des médias entre les mains de quelques puissants conglomérats financiers ultra puissants est inquiétante, et la convergence entre radio-télévision-presse écrite- câble (dans le cas de Quebecor)-magazines- imprimeries- maisons d'édition-librairies et disques entre les mains de même propriétaires qui, bien souvent, sont aussi propriétaires de banques, entreprises financières manufacturières et j'en passe, est inquiétante, la tendance à tout mesurer, aujourd'hui, en termes de cote d'écoute, de marketing, de recettes publicitaires et de tirage est encore plus dangereuse.

Ce n'est pas tant la censure politique ou le dirigisme de l'information qui est dangereux, bien que je ne minimise pas le danger. Non, le vrai danger, celui que les intellectuels se refusent à voir, c'est **le contrôle du contenu rédactionnel par le marketing**. Ce ne sont pas les Asper, les Péladeau, Power Corporation qui sont à craindre. C'est le fait que dorénavant, ce sont les « focus group » des départements de marketing qui dictent le contenu des journaux. Que les journaux (et par journaux, j'inclus la radio, la télé et les magazines) sont devenus des machines à sous, conçus non pas tant pour promouvoir des idées ou vendre une idéologie, bonne ou mauvaise, mais des machines à sous. Qui doivent rapporter.

Un animateur doit être vu, regardé. Sinon, il saute. Cela n'a rien à voir avec le type d'émission qu'il fait. André Arthur est écouté. Gardons André Arthur. Tel animateur culturel est intéressant, cultivé, fait une bonne émission mais elle a peu de cote d'écoute, donc peu de commanditaires. On la fait sauter. Et ce n'est pas que d'ici : même Bernard Pivot a dû mettre fin à son **Apostrophes** en France, parce que la cote d'écoute n'était plus ce qu'elle était et parce que, surtout, les Français, pourtant gens sensés être plus cultivés que nous, préféraient, eux aussi, des émissions de variété ou pire, les fameuses émissions « vérité » où les gens viennent déballer en ondes leur vie privée.

Je ne suis pas sûr, cependant, que tous les péchés d'Israël doivent être imputés aux journalistes. Il ne faudrait tout de même pas oublier que les journalistes ne sont que des

salariés et que la rédaction n'est qu'un service, et que ce service n'est pas considéré le plus important, bien souvent, par la direction des médias. La récente grève du réseau français de **Radio-Canada** le prouve bien. Le poste n'a presque pas perdu de cote d'écoute durant le conflit, les téléromans passaient quand même, les films aussi. Et certains aimaient le hockey sans commentaires. Alors...

Les plus vieux, parmi lesquels je suis, se souviendront de la popularité de la longue grève de 1959 à Radio-Canada. Jamais les Québécois avaient pu voir autant de films (en noir et blanc) gratuitement à la maison. Certains auraient voulu que la grève dure tout le temps!

Si on a les députés qu'on mérite, on a les journaux qu'on mérite.

Ceux qui reprochent aux journalistes leurs manquements à l'éthique font souvent partie des lecteurs de multiples publications que je n'hésite pas à qualifier de « jaunes » et qui encombrant les kiosques. En tous les cas, s'ils sont trop gênés pour les acheter, ils les feuilletent. Faites un test. Étalez des publications franchement pornographiques dans un kiosque où des gens bien en vue, intellectuels, professionnels, gens bien comme on dit, auraient l'impression de ne pas être surveillés. Soyez en certains, 90% d'entre eux vont au moins aller feuilleter les images de ces revues pornos. Maintenant faites le même test avec des revues pieuses ou sérieuses. Mettez nettement en évidence dans un kiosque que des revues d'histoire, de philosophie, de littérature, de sociologie. Je vous parie que la majorité ne les ouvriront même pas.

Bien sûr, **Le Devoir** est un journal indépendant, chouchou des intellectuels, qui a des difficultés à vivre. Mais personne n'est empêché de le lire. Les intellectuels le citent à tour de bras, et pourtant il ne se vend pas à 35 000 exemplaires. **Allo Police** et **Photo Police**, deux feuilles de choix indépendantes elles aussi, se vendent à plus de 100 000 exemplaires chaque semaine. On a les journaux qu'on mérite!

Si le public boycottait les journaux ternes, si le public ne se mettait demain matin qu'à n'acheter que des journaux bien faits, je crois que les administrateurs, qui sont avant tout des hommes d'affaires, des **money makers**, n'hésiteraient pas à nous donner carte blanche pour faire un meilleur produit.

Faut que les médias et les journalistes fassent leur examen de conscience. Un colloque comme celui d'aujourd'hui y contribue.

Mais faudrait que les lecteurs, les auditeurs, les téléspectateurs, vous en somme, fassent leur examen de conscience eux aussi. Moi j'en suis persuadé : on a les médias qu'on mérite. Et tant et aussi longtemps que le public se contentera de la merde, pire, achètera de la merde, il se fera servir de la merde.

Bien sûr, on peut au moins **essayer** de former des lecteurs, auditeurs et téléspectateurs plus avertis. Plus critiques, plus exigeants. Déjà des organismes essaient

de le faire. Ainsi, le **Centre de ressources en éducation des médias**, organisme indépendant et sans but lucratif affilié à l'**Université du Québec à Montréal**, initie les enfants du scolaire (primaire et secondaire) à une meilleure connaissance des médias. Personnellement, je fais partie du conseil d'administration de cet organisme et en novembre, lors de la Quinzaine des médias, j'irai rencontrer une trentaine de groupes d'élèves dans des écoles qui participent, volontairement, à un tel programme.

Mais je me demande s'il ne serait pas bon qu'un tel programme existe pour les adultes. Déjà, l'**Université du troisième âge**, affiliée à l'**Université de Sherbrooke**, m'a invité à aller rencontrer des aînés pour en discuter avec eux. Mais il s'agit d'un bien petit début.

En un mot, mon message est le suivant : Vous voulez de la qualité : exigez-la. Et boycottez ceux qui ne vous la donnent pas!