Michel PICHETTE

professeur associé à l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal
et membre du Groupe de recherche sur les usages et la culture médiatique depuis 2005

(1992)

“Briser le silence social du public”

Un document produit en version numérique par Jean-Marie Tremblay, bénévole,
professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi

Courriel: jean-marie_tremblay@uqac.ca

Site web pédagogique : <http://www.uqac.ca/jmt-sociologue/>

Dans le cadre de la collection: "Les classiques des sciences sociales"

Site web: <http://classiques.uqac.ca/>

Une collection développée en collaboration avec la Bibliothèque

Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi

Site web: <http://bibliotheque.uqac.ca/>

Cette édition électronique a été réalisée par Jean-Marie Tremblay, bénévole, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi à partir de :

Michel Pichette

"Briser le silence social du public".

Un article publié dans l'ouvrage sous la direction de Nancy Thede et Alain Ambrosi, **Petits écrans et démocratie. Vidéo légère et télévision alternative au service du développement**, pp. 147-152. Paris: Syros-Alternatives, Vidéo Tiers-monde et Vidéazimut, 1992, 273 pp. Collection: Ateliers du développement.

Courriel : michel.pichette@gmail.com

Polices de caractères utilisée :

Pour le texte: Times New Roman, 14 points.

Pour les citations : Times New Roman, 12 points.

Pour les notes de bas de page : Times New Roman, 12 points.

Édition électronique réalisée avec le traitement de textes Microsoft Word 2004 pour Macintosh.

Mise en page sur papier format : LETTRE (US letter), 8.5'' x 11''

Édition numérique réalisée le 11 avril 2007 à Chicoutimi, Ville de Saguenay, province de Québec, Canada.

Michel Pichette

“Briser le silence social du public”

Un article publié dans l'ouvrage sous la direction de Nancy Thede et Alain Ambrosi, **Petits écrans et démocratie. Vidéo légère et télévision alternative au service du développement**, pp. 147-152. Paris: Syros-Alternatives, Vidéo Tiers-monde et Vidéazimut, 1992, 273 pp. Collection: Ateliers du développement.

Table des matières

[Introduction](#)

[La télévision](#) : c'est beaucoup plus qu'un divertissement

[L'histoire du silence du téléspectateur](#)

[Un moyen](#) : une association de téléspectatrices et de téléspectateurs

Michel Pichette

professeur associé à l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal
membre du Groupe de recherche sur les usages et la culture médiatique

“Briser le silence social du public”.

Un article publié dans l'ouvrage sous la direction de Nancy Thede et Alain Ambrosi, **Petits écrans et démocratie. Vidéo légère et télévision alternative au service du développement**, pp. 147-152. Paris: Syros-Alternatives, Vidéo Tiers-monde et Vidéazimut, 1992, 273 pp. Collection: Ateliers du développement.

Introduction

[Retour à la table des matières](#)

On le sait, la majorité de la population adulte consacre chaque semaine plus de vingt-trois heures (en moyenne) de son temps libre devant l'écran du téléviseur domestique. Dans le cas des jeunes, le temps qu'ils consacrent à la télévision totalisera plus d'heures que celles qu'ils auront consacrées à l'école et à leurs travaux scolaires au terme de leurs études secondaires.

Il est étonnant de constater combien nous sommes encore socialement silencieux devant ce phénomène massif de consommation et combien nos outils pour le traiter restent encore fort limités. Cela fait plus de trente années que la télévision s'est installée dans nos vies. Nous vivons avec elle à la manière d'un vieux couple usé par l'habitude. La télévision est là, mais d'une certaine façon nous ne la voyons plus. Nous la laissons nous parler et nous montrer plein de choses parmi lesquelles nous essayons de choisir entre des produits qui se ressemblent de plus en plus. La télévision s'est imposée comme une grande nébuleuse à l'intérieur de laquelle nous nous replions tous les jours, solitaires, guidés par le mouvement de baguette des maîtres du

cirque qui l'animent. Et, dans tout cela, nous nous retrouvons saturés d'informations et d'émotions, de désirs de l'autre inassouvis et remplis d'images et de sons ; laissés à nous-mêmes pour en faire la digestion, la vidange et la gestion. Insaisissable télévision. Insaisissable téléspectateur.

D'une façon générale, les débats et les actions alternatives dans le paysage de la télévision se font en l'absence de la prise en compte du « point de vue » des téléspectateurs et des téléspectatrices. Faute d'avoir développé les moyens de bien connaître ce qui se passe dans la relation personnelle qu'entretiennent les téléspectateurs avec le petit écran et, surtout, à force de ne regarder la télévision qu'à partir du seul « point de vue » de ce qu'elle émet, on s'est privé non seulement de connaître les effets de sa présence dans la culture quotidienne de nos sociétés mais surtout de trouver les pistes qui nous permettraient de définir un « projet social de la télévision » comme on est parvenu à le faire pour l'éducation et la santé. Plus encore, on s'est privé de moyens de développer des outils de parole et de pouvoir chez les téléspectateurs.

La télévision : c'est beaucoup plus qu'un divertissement

[Retour à la table des matières](#)

La majorité des études et des observations s'accordent pour dire que la télévision constitue le principal moyen de divertissement et de séduction de notre temps. Tous s'accordent pour reconnaître que c'est ainsi que la perçoivent tout à la fois les téléspectateurs, les télédiffuseurs avec leurs artisans, les annonceurs, les organismes de réglementation, les chercheurs, les éducateurs et les leaders sociaux de tout ordre. Au fond, cela signifie que tous se réfèrent à la notion de divertissement et de séduction pour décider, produire et régir le fonctionnement de la télévision tout comme, en ce qui concerne le téléspectateur, pour en faire sa propre consommation.

Peut-on encore continuer de consommer les programmes de télévision et en parler à partir de cet unique point de vue ? La télévision est-elle une simple entreprise de détournement et d'égarement ? Le temps passé à regarder et à écouter la télévision n'est-il que du temps d'évasion ?

Tant et aussi longtemps qu'on continuera à percevoir la télévision comme une simple occasion de divertissement, cela permettra aux télédiffuseurs et aux animateurs du milieu d'ignorer leurs responsabilités socio-culturelles et de confondre tous les genres d'émissions au nom d'une vague notion abstraite de liberté privée d'amusement pour les individus ; cela empêchera le développement d'un discours et d'actions indépendantes sur et à propos de la télévision dans la société et, enfin, cela perpétuera l'absence de pouvoir des consommateurs. En effet, pourquoi parler de pouvoir du consommateur et d'enjeux de société lorsqu'il s'agit d'un simple terrain de jeux !

Persister à percevoir la télévision comme un divertissement, c'est la maintenir dans une posture de « veau d'or » intouchable.

Développer des alternatives à la télévision, ce n'est pas simplement rechercher des moyens d'en modifier les contenus et d'en accroître la qualité lorsqu'il semble nécessaire de le faire. À quoi servirait de remplacer des programmations par d'autres (supposées meilleures) si les téléspectateurs continuent d'y être considérés comme des otages ou des portions d'auditoires à vendre aux « clients » annonceurs ?

Les alternatives passent par la prise en compte du « point de vue » du téléspectateur, c'est-à-dire par la connaissance et l'appropriation - par celui-ci - de son histoire : celle de son expérience personnelle de consommateur et de citoyen dans le paysage audiovisuel de la société.

L'histoire du silence du téléspectateur

[Retour à la table des matières](#)

Notre histoire de téléspectateur est celle des nouveaux comportements que nous avons développés au fil des ans avec les membres de notre famille et de notre voisinage immédiat. C'est l'histoire d'une organisation différente et d'une nouvelle manière d'occuper nos loisirs ; une nouvelle adaptation à la réception d'une multitude d'informations et de langages visuels et sonores ; la recherche de moyens d'apprendre à faire le tri, à comprendre et à faire des liens. C'est l'histoire de l'expérience de vivre la vie de sa société et celle des autres populations dans la distance du spectateur. C'est l'histoire d'une vie consacrée à apprendre, sans outils, les formes et la nature des nouvelles façons de communiquer et d'entrer en relation avec la réalité ; l'expérience de nouvelles dimensions du temps et de l'espace. L'histoire des téléspectateurs, c'est aussi l'histoire de ce qui se passe à l'intérieur de nous-mêmes pendant que notre corps et notre cerveau captent une quantité effarante de stimulations visuelles et sonores, de même que des messages de toutes sortes qui interpellent sans arrêt nos émotions, notre imagination, nos valeurs profondes, nos rêves, nos désirs, notre curiosité.

C'est l'histoire d'une rupture souvent inconsciente que nous vivons entre le monde du langage écrit rationnel et logique du milieu du travail ou de l'école et un monde visuel qui s'adresse à nous par les moyens du récit, de la description, de l'émotion, de l'instantanéité et de la discontinuité. La télévision nous fait vivre l'expérience d'une nouvelle forme d'activité de la pensée et de la conscience. Elle nous fait penser en images plutôt que par les mots ; elle nous organise la vie en mosaïque plutôt qu'en liens logiques ; elle donne à la réalité la forme du spectacle en accordant une prépondérance à l'apparence plutôt qu'à ce que nous sommes habitués à nommer « contenus ».

La télévision finalement, c'est l'histoire du silence des téléspectateurs. Un grand silence causé par l'inexistence de moyens qui pourraient aider à mettre des mots sur ce qui est vu, ressenti, ou à comprendre et à parler de ce que la télévision fait bouger en nous. Des mots et des moyens pour parler et s'approprier une expérience qui, sous des allures de divertissement, influence le développement de nos personnalités d'adultes ou d'enfants, d'hommes et de femmes. C'est aussi l'histoire de l'isolement : celle de ne pas savoir que nous ne sommes pas seuls à penser comme nous pensons, à agir comme on agit quand on s'est décidé tout seul, toute seule, à faire quelque chose. L'histoire d'une importante activité et non celle d'une passivité : une activité qu'on ne sait nommer et encore moins élargir à l'extérieur de soi.

L'histoire d'un grand isolement et d'une grande solitude. La télévision parle de nous, pour nous, avec ses façons à elle de choisir et de dire les choses. Mais nous ne pouvons pas lui parler malgré l'arrivée des technologies de l'interactivité. L'histoire des téléspectateurs, c'est enfin, en toile de fond, un extraordinaire élargissement de nos connaissances, de nos habiletés cognitives et perceptives, d'une ouverture à des réalités et à des valeurs qui, bien sûr, nous seraient inaccessibles autrement. Mais comment faire en sorte que toute cette expérience cesse de nous être « étrangère » ?

En fait, la question est de savoir s'il y a moyen de penser, de parler et d'agir à propos de la télévision sans être captifs des paramètres qu'elle impose. Y a-t-il moyen de parler à propos de la télévision en se situant du point de vue de celui ou de celle qui la consomme plutôt que de celui qui la gère, la produit et l'anime ? Il existe une forme d'interdiction de parole et d'incapacité d'expression individuelle et sociale dès lors que l'on veut parler de la télévision à partir du point de vue du téléspectateur. Car ce point de vue cherche à se situer non pas d'abord en rapport avec l'offre du télédiffuseur pour l'approuver ou la dénoncer mais en rapport avec l'expérience qu'en fait le téléspectateur. C'est un point de vue qui n'est pas celui d'un récepteur mais celui d'une personne active, différenciée, non anonyme. Un point de vue interdit qui n'a pas sa place dans les discours sur la télévision parce que cette dernière ne supporte que ce qui parle d'elle-même et parce qu'elle n'encourage pas cela.

Lever l'interdit sur le point de vue du téléspectateur, c'est nous dégager de l'emprise de la télévision et rendre possible l'émergence d'un discours autre et d'une action alternative dont l'objectif est peut-être de mettre la télévision à sa vraie place : celle d'un moyen fabuleux de communication et d'expression sociale fondamental aujourd'hui. C'est accorder à la télévision une place et un rôle tout aussi vitaux que celui des institutions d'éducation et de santé dans notre environnement actuel. C'est quitter le terrain de l'industrie télévisuelle et de ses animateurs et abandonner la vision fermée qu'ils nous imposent en confinant la télévision aux paramètres du divertissement.

**Un moyen :
une association de téléspectatrices
et de téléspectateurs**

[Retour à la table des matières](#)

Si les télédiffuseurs s'occupent de nous, il nous revient la tâche de nous occuper d'eux, comme téléspectateurs, à partir de notre propre situation, de nos propres « codes », de notre propre point de vue. Tout comme nous avons commencé à prendre un peu plus en charge notre santé en nous réappropriant de la médecine la connaissance et l'histoire de notre corps ; tout comme les femmes ont entrepris leur « libération » en se dégageant des emprises de la société mâle par une réappropriation de leur propre histoire, il en va ainsi pour le téléspectateur. Réappropriation de son histoire et de ses actions.

Pour l'Association nationale des téléspectatrices et des téléspectateurs du Québec, cela signifie la réunion d'une diversité d'individus et d'organismes qui ont en commun la volonté de développer des activités d'éducation, d'information, de représentation, de défense et de protection des téléspectateurs considérés comme des personnes, des citoyens et des consommateurs tout à la fois.

Cela se traduit par des interventions :

1. À propos de ce qui se déroule AUTOUR DE L'ÉCRAN du téléviseur :

Activités d'éducation, d'information et de représentation à propos de l'industrie télévisuelle ; de ses réglementations ; des politiques gouvernementales ; des enjeux du « public » et du « privé » ; des décisions qui président au choix des programmations ; du développement des technologies ; de l'internationalisation du paysage télévisuel ; de la marchandisation des productions médiatiques et culturelles ; et de la protection et la défense des téléspectateurs comme consommateurs.

2. À propos de ce qui se déroule SUR L'ÉCRAN du téléviseur :

Activités d'éducation, d'information et de représentation à propos de ce qui est diffusé. Les programmations et la qualité des émissions, la publicité et la qualité de l'information télévisée. Mais aussi la qualité des mises en scène, des jeux d'acteurs, des plans d'images, des sons et des rythmes, etc. Ce volet comprend de plus toute la dimension « alphabétisation » aux langages des images et du son, à la connaissance des modes cognitifs dans lesquels se situent la relation avec le produit audiovisuel, etc.

3. À propos de ce qui se déroule DEVANT L'ÉCRAN du téléviseur :

Activités d'éducation, d'information et d'animation à propos de tout ce qui concerne l'expérience de vivre avec la télévision dans sa quotidienneté. Connaissance de l'activité physique, psychique et cognitive générée par l'écoute télévisuelle ; modalités et comportements avec le téléviseur, etc.

L'Association nationale des téléspectatrices et des téléspectateurs du Québec travaille à représenter et à défendre le point de vue spécifique des téléspectateurs en développant pour eux et avec eux des activités et des outils pouvant contribuer à faire émerger l'attitude critique

et l'autonomie plutôt que la dépendance. C'est là un objectif qui vise à développer des moyens permettant au téléspectateur de mieux gérer son écoute et son expérience télévisuelle. C'est travailler à être capable de prendre du recul face à ce que l'on voit, à ce que l'on aime ou que l'on n'aime pas à la télévision.

Les téléspectateurs ne sont pas des journalistes, des chroniqueurs ou des critiques de télévision, ils ne sont pas des professionnels ou des artisans de la télévision. Ils ne sont pas non plus des promoteurs ni des producteurs d'émissions. Ils sont des consommateurs ayant des intérêts propres et aussi des attentes dont la découverte et l'expression peuvent être faites à partir d'autres territoires que ceux de la télévision.

Fin du texte