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

(1991)

“Nous sommes *des téléspectateurs*”

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

“**Nous sommes des téléspectateurs**”.

Article, **Les Familles et la télévision**, Groupe Domotique, Montréal, 1991.

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 9 décembre 2006 à Chicoutimi,
Ville de Saguenay, province de Québec, Canada.

Table des matières

[Introduction](#)

[La télévision a une histoire technologique](#)

[La télévision a une histoire économique et politique](#)

[La télévision a une histoire socioculturelle](#)

[Télévision et vie privée](#)

[Vie privée/vie publique](#)

[La télévision pose des problèmes à résoudre](#)

[S’occuper de la télévision passe d’abord par l’appropriation de notre
histoire de téléspectateur](#)

[Devenir des téléspectateurs critiques, autonomes et actifs dans la so-
ciété de l’information et des communications médiatisées](#)

[Références](#)

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

"Nous sommes des téléspectateurs".

Article, **Les Familles et la télévision**, Groupe Domotique, Montréal, 1991.

Introduction

[Retour à la table des matières](#)

"S'il n'y avait pas de télévision, on s'ennuierait" répondait à l'animatrice d'un récent gala télévisuel, un téléspectateur ému mis en spectacle devant les caméras. "La télévision, c'est la vie" et "c'est tout un monde à regarder" proclamaient, il n'y a pas si longtemps, certains télédiffuseurs dans leurs slogans de début de saison. "Gardiennne non requise" si vous vous abonnez au câble, laissait entendre récemment un câblodistributeur sur des panonceaux publicitaires.

Nous sommes tous des téléspectateurs et nous vivons tous sous le règne de l'audiovisuel et de la télévision, mais nous vivons encore dans la non-reconnaissance de cette réalité. Après le travail et le sommeil, le visionnement et l'écoute de la télévision sont aujourd'hui, au Québec, l'activité qui occupe la majeure partie de nos temps de loisirs. Nous lui consacrons en moyenne 23.5 heures par semaine ¹. De-

¹ En Grande-Bretagne, un sondage publié en avril 91 par un magazine à fort tirage, le Radio Times, révélait que les britanniques passaient, quant à eux, plus de la moitié de leur temps devant le téléviseur allumé. Ce sondage révélait que la télévision constituait pratiquement le seul divertissement de quelque cinq millions de personnes en Grande-Bretagne. Après l'argent et les travaux ménagers, le choix de l'émission de télé est devenu le sujet de dispute familiale le plus courant. Selon le sondage, neuf millions de personnes admettent se disputer parfois à ce sujet. Les prises de bec semblent plus sérieuses dans les familles qui ont des enfants ou qui possèdent un magnétoscope. Source: Le Devoir, mardi, 2 avril 1991, p. 6.

puis les années 1970, l'activité de téléspectateur a pris le relais de nos autres activités de loisirs: nous consacrons maintenant moins de temps aux sorties et aux rencontres sociales à l'extérieur du foyer tout comme à l'écoute de la radio, à la lecture et au cinéma en salle (80% de notre temps de loisir se passe aujourd'hui à la maison). Dans le cas des enfants, nous le savons assez, 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 académiques au terme de leurs études secondaires. Mais si nous sommes tous des téléspectateurs, ce n'est pas seulement parce que nous passons plusieurs heures devant l'écran du téléviseur. Nous sommes tous des téléspectateurs parce que, fondamentalement, nous regardons tous la télévision et, surtout, parce que nous vivons aujourd'hui dans et avec la présence de la télévision. Être téléspectateur, c'est devenu un mode de vie contemporain qui ne peut pas être limité aux seules données quantitatives du temps d'écoute avec lesquelles jonglent les télédiffuseurs.

Nous n'échappons pas à la télévision; elle fait corps avec notre vie. Elle fait partie de nos rituels quotidiens. Nous vivons sans nous en rendre compte, avec le réflexe qui nous fait allumer le téléviseur avec la même spontanéité et le même empressement que nous accordons à la plupart de nos gestes familiers. Pour plusieurs d'entre nous, vivre sans télévision, c'est comme se priver du café du matin ou passer une journée sans soleil. Une journée sans télévision, c'est une journée où l'on souffre d'une absence. Manquer de télévision c'est comme se mettre en retrait du monde et cesser d'être à son écoute; c'est vivre sans communication. Plus encore, c'est perdre le sentiment d'appartenance et de participation à la vie de la société; c'est cesser d'être relié. Nous vivons avec un besoin intime de télévision. C'est aussi par et en fonction de la communication télévisuelle que sont modelées et véhiculées aujourd'hui l'essentiel des informations nécessaires au fonctionnement et au développement de la vie économique, politique et culturelle de nos sociétés. La télévision est une réalité de culture dans le monde contemporain.

Cela fait près de quarante ans que la télévision s'est installée progressivement dans nos vies mais nous vivons avec elle à la manière d'un vieux couple usé par l'habitude. La télévision est là, omniprésente, mais d'une certaine manière nous la regardons sans la voir.

Nous la laissons nous parler et nous montrer plein de choses parmi lesquelles nous essayons de choisir. La télévision s'est imposée peu à peu à nous comme une grande bulle à l'intérieur de laquelle nous nous réfugions, solitaires, guidés par le mouvement de baguette de ses artisans qui y font l'animation de rythmes, d'images et de sons qui coulent en nous sans que nous ayons l'impression de pouvoir y faire quelque chose. Les sons et les images de la télévision nous traversent, elles pénètrent au plus profond de nous, au-delà de notre conscience, à des niveaux très profonds, comme s'il s'agissait de rêves.

Nous vivons encore avec l'idée que la télévision est d'abord un divertissement mais nous ne cessons pas, par ailleurs, de soupçonner qu'à plusieurs égards elle compte presque autant que la famille, l'école et les institutions de santé dans la qualité de nos vies personnelles et sociales. La télévision nous parle beaucoup mais nous ne pouvons pas lui parler et, plus grave encore, nous ne savons pas encore comment en parler, voire même comment en profiter. La télévision reste pour nous insaisissable, mystérieuse et intouchable. Mais aussi, nous nous retrouvons dans la situation d'être pour nous-mêmes un insaisissable téléspectateur.

La télévision est une affaire trop sérieuse pour qu'on ne commence pas à rechercher les moyens de s'en préoccuper autrement qu'en consultant un guide horaire. Oui, la télévision est une affaire qui concerne la famille, comme l'école et toute la société. C'est à partir du point de vue de celles et de ceux qui en font tous les jours la consommation, enfants et adultes, qu'il faut commencer à la regarder et à trouver des voies par lesquelles nous commencerons à savoir un peu mieux comment en tirer profit et en faire une source d'accompagnement stimulante dans nos recherches de qualité de vie personnelle, familiale et sociale.

Ce travail passe par le développement d'un point de vue qui traite de la télévision à partir du téléspectateur comme personne, comme citoyen et comme consommateur plutôt qu'à partir du point de vue auquel nous sommes habitués: celui des télédiffuseurs et de leurs artisans qui ne nous parlent de la télévision qu'en fonction de leurs offres de programmations de la magie qui les entourent et du temps que nous lui consacrons.

Ce travail encore à faire et à développer passe par la connaissance et l'appropriation de l'histoire de la télévision à la lumière de l'expérience propre qu'ont développé les téléspectateurs dans la culture et la société actuelle des médias. Ce travail passe par une réflexion à entreprendre, par des actions individuelles et collectives à poser et par une prise en compte de l'importance sociale de la télévision par les institutions responsables des communications, de la culture, de la famille, de l'éducation et de la recherche scientifique. Il passe enfin par une redéfinition de la responsabilité publique des propriétaires, des gestionnaires et des artisans de la télévision. Tout cela peut sembler bien élémentaire; mais nous sommes pourtant ici encore à l'heure du commencement. Nous sommes tous des téléspectateurs qui ont à faire l'apprentissage de notre histoire, à nous l'approprier et à la faire reconnaître pour enfin exister comme personne, comme citoyen et comme consommateur actifs et critiques dans la société contemporaine de l'information et des communications médiatisées.

La télévision a une histoire technologique

[Retour à la table des matières](#)

C'est en 1952 que Radio Canada commençait à diffuser des émissions de télévision. Qu'on se rappelle l'ébahissement que nous avons alors devant cette petite boîte à images parlantes et l'engouement qu'elle manifesta dès le début malgré la maigreur de sa programmation.

Nous avons été séduits dès le départ et la télévision a progressivement pris de plus en plus de place et de temps dans notre vie personnelle, familiale et sociale, dans notre quotidien, en somme. L'écran, un peu comme une âme, a peu à peu changé de corps... D'abord placé comme un intrus mystérieux et dérangerant dans un meuble aux formes rondouillardes qui trônait au salon, l'écran est déménagé dans un meuble sophistiqué aux lignes épurées et froides; un appareil dépouillé de tout "re-vêtement", presque sans enveloppe et qui ne nous laisse plus que l'image (l'écran cathodique universel) sous les yeux, trônant cette fois au plein coeur de nos vies. Aujourd'hui, le

téléviseur c'est l'image et l'on commence même à prendre le petit-déjeuner en sa compagnie ².

Une multiplicité d'appareils a succédé depuis à ce meuble qui arrivait seul dans nos foyers et canalisait l'attention de toute la famille en même temps. Aujourd'hui, plus de 60% des foyers québécois possèdent deux récepteurs et plusieurs familles en ont trois; certaines en ont même davantage. De plus, l'appareil se marie maintenant avec un câblo-sélecteur, un magnétoscope (près de 70% des foyers québécois), des appareils de jeux vidéo, l'ordinateur et, bientôt, le vidéodisque. Nouvelle apparition de la famille nombreuse!

La télévision est aussi devenue le lieu central d'un ensemble de plus en plus large d'activités. On ne s'en sert pas seulement pour se divertir et s'informer, on l'utilise déjà pour faire des achats (téléachat), pour jouer (la télévision et les jeux interactifs), pour suivre des cours (télé-enseignement) et même, pour faire des rencontres (télérencontre).

Le chemin parcouru par la télévision s'évalue également par l'étirement des plages horaires et par la multiplication des émissions. Sur quelques heures à l'origine, la diffusion quotidienne s'est graduellement prolongée de sorte qu'actuellement nous pouvons la regarder 24 heures par jour. Elle nous donne aussi accès à plus de 30 canaux différents sur lesquels on peut même choisir des programmes spécialisés (musique, sport, informations, cinéma, éducation, etc.), sans compter la multiplication des clubs vidéo qui nous permettent de nous projeter

² Selon un sondage CROP commandé par Télémétropole (mars 1991); 20% des téléspectateurs affirment regarder la télévision entre 6 heures et 9 heures pendant que 12% le font occasionnellement; 67% des répondants disent qu'ils regardent alors des émissions d'information. Par ailleurs, nous savions déjà que la majorité des enfants avait commencé, bien avant les adultes, à allumer la télévision dès leurs premiers pas hors du lit, en semaine comme pendant les week-ends, pour regarder les programmes de dessins animés.

Aux États-Unis, il existe présentement près de 50 chaînes de télévision spécialisée. On prévoit une centaine de chaînes de ce type d'ici quelques années.

notre propre cinéma à domicile pendant la fin de semaine.³ Nous sommes bien loin de l'époque où nous regardions la "tête du sauvage" que nous transmettait Radio Canada avant le début de ses programmes!

L'on doit en outre souligner l'importance de la transformation des émissions et de l'évolution dans la façon de les produire. Ainsi, après les émissions en noir et blanc faites un peu à la manière des émissions de radio, du cinéma et du théâtre apparaissent des émissions en couleur constituées d'images de plus en plus riches, de rythmes et de formes visuelles de plus en plus variées. A tout cela s'ajoute bien sûr la qualité de la définition de l'image que nous offre les appareils contemporains de même que l'utilisation des communications par satellite.

La télévision a ainsi trouvé sa manière de faire et son langage propre grâce à l'évolution des technologies de l'image et des télécommunications, grâce à la spécialisation et à la créativité de ses techniciens, de ses professionnels et de l'ensemble de ses artisans. De mieux en mieux "outillée", la télévision a développé la capacité fantastique de nous transporter sur la Lune ou Jupiter, tout comme dans les régions les plus éloignées de la terre. Elle nous amène l'univers, le monde et aussi la guerre dans nos maisons. Elle nous amène aussi... la publicité et le monde de la consommation.

Ces quelques observations nous permettent de voir que l'histoire de la télévision, bien que jeune, est très riche. En considérant cette histoire du point de vue de sa technologie, de la créativité de ses artisans, de l'accroissement du nombre des téléviseurs, de l'amélioration de plus en plus grande des appareils, de la sophistication et de la multiplication de ses programmes, on a l'impression que l'histoire de la télévision n'a cessée d'être un progrès continu. Certains spécialistes nous disent même qu'il n'y a pas d'autre histoire de l'évolution de la télévision que l'histoire de sa technique. Cela est partiellement vrai car la télévision est plus qu'une technique. Elle est le résultat d'un métissage entre la technique, la littérature, les arts visuels et d'autres mé-

³ Aux États-Unis, il existe présentement près de 50 chaînes de télévision spécialisée. On prévoit une centaine de chaînes de ce type d'ici quelques années.

dias. La télévision a créé un langage universel, elle produit des images qui permettent à celui qui les regarde de leur donner du sens. Mais la télévision que nous connaissons aujourd'hui est encore faite par des gens qui ont une culture littéraire et cinématographique. Notre télévision n'est pas encore passée à l'ère de la culture électronique. Elle se refuse encore à donner place à la créativité des jeunes "générations cathodiques" nées avec la télévision. Bref pour plusieurs, la télévision n'est pas encore sortie de sa préhistoire parce qu'elle n'a pas encore fait l'économie de ce que renferme le projet de la culture de l'audiovisuel, et parce qu'elle est conservatrice. Le média télévision fonctionne comme s'il n'évoluait plus. ⁴

Pour bien comprendre toute la portée de ce progrès fulgurant qu'a connu la télévision depuis quarante ans, il faut aussi interroger d'autres aspects moins évidents et moins connus. Des aspects dont on parle moins et qui pourtant font partie de l'histoire et du développement actuel de la télévision. Des aspects qui, par de-là la technologie et les potentiels spectaculaires de l'audiovisuel doivent être pris en compte pour comprendre dans quelles autres complexités nous baigne l'univers de la télévision.

La télévision a une histoire économique et politique

[Retour à la table des matières](#)

Parler de l'histoire de la télévision, c'est aussi l'interroger du point de vue des enjeux économiques et politiques qui gravitent autour de son industrie. Qui possède l'industrie de la télévision ? Qui en détermine les développements et les contenus ? Pourquoi les programmations et les traitements télévisuels sont-ils ce qu'ils sont ?

Il est d'autant plus important de connaître cet aspect de son histoire que la télévision privée fonctionne au Québec, comme un petit empire

⁴ Pierre Bongiovanni, directeur du Centre international de création vidéo de MontBéliard (France), cité par CARRIERE, Daniel, "La télévision du troisième millénaire", Le Devoir, 23 avril 1991, B-6.

local où les émissions sont conçues comme des marchandises à vendre pour générer des profits à leurs actionnaires. De leur côté, les gestionnaires de la télévision publique participent largement de la même philosophie, encouragée en cela par les décideurs politiques. De plus, à l'échelle mondiale, la télévision se retrouve progressivement concentrée entre les mains d'un petit nombre de propriétaires qui, par delà les frontières nationales, vendent et diffusent leurs produits à des coûts défiant toute concurrence, nuisant ainsi souvent au développement des créativités propres à chaque culture (plus de 75% des ventes de programmes TV dans le monde proviennent des États-Unis). Cela, on s'en rend compte tous les jours, a aussi pour effet de favoriser l'imitation et l'uniformisation grandissante des informations (rappelons-nous ici le traitement médiatique de la guerre contre l'Irak) et d'influencer les genres comme les formules d'émissions de télé.

Il est aussi important de savoir que la télévision entre aujourd'hui dans une phase de son développement où la compétition effrénée que se livrent ses gestionnaires pour s'accaparer les auditoires, conjuguée au laisser-faire de plus en plus évident des gouvernements, entraînent la disparition progressive de réglementations qui, pendant longtemps, contribuaient à sauvegarder et à défendre avec plus de vigueur les droits du public téléspectateur. Cette "protection" qu'avaient les téléspectateurs est aujourd'hui associée de plus en plus au laisser-faire de politiques internes d'auto réglementation que se donnent et administrent eux-mêmes les télédiffuseurs à la demande des instances gouvernementales (le CRTC).

De plus en plus, l'organisation du "monde de la télévision" est déterminée par l'esprit d'entreprise privée. Il n'y a pas tellement longtemps la télévision était considérée comme un service public et des législations strictes en protégeaient la qualité et l'accessibilité à tous les citoyens. Selon la Loi, la télévision est toujours un service public, les ondes sont toujours considérées comme un bien public, mais cela a tendance à se savoir de moins en moins. En 1991, la mise à l'écart de cette dimension de service public a pour effet de faire dépendre la responsabilité (sociale, culturelle et éducative) des télédiffuseurs des seuls critères propres à la philosophie d'entreprise privée et aux lois du marché qui lui sont inhérentes. La télévision glisse ainsi de plus en

plus vers le divertissement strict dans son esprit, dans sa conception et dans sa mise en marché auprès des consommateurs téléspectateurs.

La télévision est aujourd'hui animée par la recherche primordiale de la rentabilité. Cet objectif dicte maintenant sa raison d'être et tout son développement; c'est la réalité des années 1990. De moins en moins protégé par les réglementations, le téléspectateur est réduit à un rôle de consommateur dont le seul pouvoir consiste à éteindre son téléviseur ou à changer de chaîne s'il n'est pas satisfait. Pendant ce temps, les télédiffuseurs profitent de la séduction et des habitudes qu'ont créé chez nous la fréquentation du petit écran et de nos nouvelles façons de vivre plus repliés sur nous-mêmes pour inventer tous les artifices qui nous y retiennent captifs et silencieux.

Les télédiffuseurs se replient à profusion sur l'achat de séries dramatiques étrangères peu coûteuses mais profitables en terme de revenus publicitaires lors de leur diffusion. Ils n'investissent plus dans la production d'émissions pour enfants originales (à l'exception de Radio Québec) alors qu'ils favorisent plutôt une programmation complaisante pour toute la famille dans laquelle tout se conjugue dans une moyenne où chacun se retrouve intéressé sans nécessairement y trouver tout son compte (tout se passe comme si nous avions tous 13 ans). Au détriment de nos créateurs "locaux" ils achètent des concepts télévisuels qui ont fait leurs preuves de rentabilité dans d'autres marchés, ils nous inondent de films étrangers entrecoupés de publicités et ils multiplient les émissions qui traitent avec sensationnalisme des problèmes de la vie quotidienne. Ils nous informent avec des images et des interprétations diffusées, la plupart du temps, sans y avoir investi les ressources adéquates de recherche, d'analyse et d'enquête. Mais ils ne manquent pas de déployer tous les moyens pour nous faire vivre des événements graves de l'actualité à la manière d'un match de lutte (cf. le traitement télévisuel de la crise amérindienne de l'été 1990). Ainsi: "les séances de signature, arrivées, départs, conférences de presse, séances d'information, communiqués gouvernementaux, discours, convocations, etc., de fait, la majorité des nouvelles télévisées, consiste à mettre en scène des pseudo drames visuels et verbaux se substituant au drame qui, dans le monde réel, se cache derrière une démission ou la hausse du coût de la vie. La propension à contrôler une crise au moyen de techniques structurelles détermine le décor, le

son et les éléments graphiques de même que le texte et le film des actualités télévisées" ⁵ La créativité des artisans et encore moins celle des jeunes y est exploitée au compte-goutte.... Tout cela a pour résultat que le téléspectateur prend ce qu'on lui offre sans avoir la possibilité de choisir vraiment ce qu'il veut. Il se retrouve devant l'écran à "zapper" à la recherche de l'émission qui pourra enfin le satisfaire en se butant à l'uniformisation malgré la multiplicité des chaînes de télévision. Ce sont là, en tout cas, et en résumé bien lapidaire, l'écho généralisé que renvoient en privé les téléspectateurs malgré le fait qu'ils persistent à rester encore devant leur écran de télé ⁶.

Le problème ne doit pas être recherché ici dans des intentions malveillantes des actionnaires, gestionnaires et programmeurs de la télévision. Ces derniers possèdent, bien sûr, un sens de la responsabilité et ils ont sûrement une volonté de contribuer à leur façon au mieux être des personnes et de la société. La preuve en est, tout de même, la qualité certaine de plusieurs des programmes qu'ils diffusent. Le problème vient plutôt de ce que nous avons socialement cessé de faire de la télévision un sujet de préoccupation et que celle-ci se soit réduite progressivement au rang d'un simple divertissement privé sans conséquences. Nous avons cessé de veiller à ce que le système de la télévision conserve et développe sa mission de répondre aux vœux du public, à la curiosité des femmes et des hommes, aux progrès de leur savoir et aux exigences du pluralisme. Nous avons oublié que la télévision devait répondre aux valeurs démocratiques. Le problème vient de ce que nous avons socialement consenti à faire de la télévision une

⁵ MENAKER, David, "Art and Artifice in Network News", *Television, The Critical View*, 1979, cité dans ICEA, *Les médias et le public canadien*, p. 107, Montréal, avril 1991.

⁶ Il convient d'ajouter à tout cela la complaisance et le pouvoir de la petite caste des vedettes qui officient à l'écran du téléviseur ainsi que dans l'ensemble des médias. Elles ne constituent qu'un infime pourcentage de nos créateurs de toutes catégories. Une télévision animée par la seule philosophie de la cupidité ne peut se permettre les audaces de la diversité et de l'innovation. Et elle paye très cher ses prêtres-vedettes qui, muets, font son jeu quotidiennement devant nos yeux en nous transmettant leurs propres visions du monde sous le couvert d'une neutralité apparente et d'un amour "acté", très bien rémunéré, pour leur cher public.

usine de diffusion de marchandises culturelles soumise aux seules lois du marché de la concurrence et de l'entreprise privée. Il ne s'agit pas ici de penser qu'il faut faire disparaître l'entreprise privée dans le monde télévisuel ou encore de prétendre que le seul fait d'être une entreprise qui poursuit des objectifs de profit constitue un gage de qualité douteuse. Il s'agit plutôt de se demander s'il n'y a pas lieu, dorénavant, d'abandonner les conceptions purement économistes et mercantilistes qui définissent aujourd'hui l'univers télévisuel et redéfinir sur des bases actualisées en fonction de la conjoncture des années 90, un nouveau contrat de responsabilité sociale et culturelle avec les entreprises de télévision privée aussi bien qu'avec les sociétés de télévision publiques qui semblent être en bonne voie de "privatisation" si on se fie aux visions et aux discours de leurs dirigeants et des décideurs politiques actuels.⁷ Il faut cesser de réduire la télévision à une exclusive question d'argent. La télévision ne doit pas accepter comme inéluctable et juste la simple loi du marché. Le libre marché, au lieu d'ouvrir l'horizon, le conditionne, le banalise et le borne étroitement. La liberté de communication ne saurait être celle des seuls marchands. Le téléspectateur ne peut plus être défini comme un public à vendre aux annonceurs. Les programmes de télé doivent cesser d'être de simples environnements pour la publicité.

⁷ Un bel exemple de cette nécessité de concevoir un nouveau contrat de responsabilité sociale est l'attitude des télédiffuseurs (surtout les "privés") à l'égard des contenus violents véhiculés dans les émissions pour enfants. Malgré l'existence d'un code assez strict du CRTC, ces derniers lui donnent l'interprétation qu'ils veulent bien (auto réglementation aidant) avec pour seules règles de conduite le bas prix à payer pour l'acquisition de séries étrangères et l'attrait de ces séries auprès des jeunes qui ne peuvent plus imaginer d'autres émissions tellement les premières gavent leur imaginaire quotidien. Un autre exemple est celui de la décision prise en décembre 1990 par les câblodistributeurs de remplacer la chaîne éducative TVO (canadienne) par une deuxième chaîne PBS (américaine) pour des raisons de millions de dollars à épargner, de technicalités complexes et de Libre échange. Des millions à épargner valaient bien mieux que de creuses considérations d'identité nationale et culturelle!

La télévision a une histoire socioculturelle

[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 encore les téléspectateurs, les télédiffuseurs avec leurs artisans, les annonceurs, les organismes de réglementation (privés ou publics), les chercheurs, les éducateurs et la majorité des leaders sociaux de tous ordres. Au fond, cela signifie que tous, nous nous référons à la notion de divertissement et de séduction pour décider, produire, gérer et commenter le fonctionnement de la télévision tout comme, en ce qui regarde le téléspectateur, pour en faire sa propre consommation. De manière générale, en effet, il semble que les téléspectateurs considèrent que la télévision mérite d'être regardée pour elle-même, uniquement pour le plaisir et la détente que cela procure et indépendamment des contenus.

Peut-on encore continuer de consommer les programmes de télévision et parler à leur propos de cet unique point de vue ? La télévision n'est-elle qu'une simple entreprise de jeux, de détournement et d'égarement ? Le temps passé à visionner et à écouter la télé, n'est-il que du temps d'évasion et, par conséquent, du temps perdu à l'occasion duquel il ne se fait pas un certain "travail" quelque part en nous et dans la société ? Le visionnement de la télévision peut-il se faire sans laisser de traces ?

Tant et aussi longtemps qu'on persistera à considérer la télévision comme un simple divertissement (ou une fuite du réel comme d'aucuns le prétendent), cela permettra aux télédiffuseurs, à leurs artisans et à leurs critiques d'ignorer leurs responsabilités, de confondre tous les genres d'émissions au nom d'une vague notion abstraite de liberté privée d'amusement pour les individus et, pourquoi pas, de favoriser la programmation d'un plus grand nombre d'émissions comme "La lutte

WWF"⁸ et de transformer les télé journaux en psychodrames. Cela permettra de continuer de considérer la télévision comme quelque chose de purement accessoire que l'on fait passer au dernier rang de nos préoccupations. Mais a-t-on la même attitude à l'égard de l'écrit et du livre dans les ministères et les institutions de la culture et de l'éducation ? Pour les téléspectateurs, cela perpétue l'idée qu'il n'y a pas plus de conséquences à vivre aujourd'hui 23.5 heures par semaines avec la présence agissante de la télévision que de démarrer le moteur de son automobile. A continuer de penser ainsi, la télévision continuera d'être ressentie comme une sorte de présence fantomatique dans plusieurs des gestes importants de notre vie sans que nous ayons les moyens de trouver les mots et la parole pour la dire, la comprendre et expliquer ce qu'elle nous fait.

Non, la télévision n'est pas un jouet. Oui, sa présence depuis près de quarante ans inscrit des traces importantes dans notre vie privée comme dans la société même si dans ses programmations elle continu d'accorder une place prépondérante aux jeux, aux variétés, aux sports, aux téléromans comme aux séries dramatiques et au cinéma.

La question qui nous préoccupe ici n'est pas de savoir si la télévision est coupable de quelque crime abject, non plus que de chercher à faire d'elle le facteur causal, déterminant et responsable de toutes les transformations que nous avons vécues au cours des dernières décennies. Ce serait là en mettre beaucoup trop sur le dos de la seule télévision et oublier qu'elle est aussi un ensemble économique et technologique de moyens de communications redevables des complexités de la vie qui agissent bien en dehors de l'écran cathodique. Ce serait aussi décrier la télévision, en faire une "affreuse" dont plusieurs critiques d'un autre âge viennent épisodiquement réclamer à tort la destruction.

Notre point de vue est le suivant: la télévision est, de façon générale, un écho relatif et une interprète de ce que nous vivons, pensons et souhaitons comme personnes et comme société. Mais si, à plusieurs égards, la télévision nous ressemble et nous reflète elle nous fa-

⁸ "La lutte WWF" est présentement diffusée par la chaîne de télévision Quatre-Saisons. Elle est une version québécoise de l'émission produite aux États-Unis par la World Wrestling Federation.

brique aussi, à sa façon, une interprétation de nos réalités. Elle fait des choix à notre place et elle nous les impose par la suite en laissant dans l'obscurité ou pire, dans le silence total, certaines dimensions capitales de nos vies individuelles et sociales. La télévision ne dit pas et ne montre pas tout même si elle nous entretient dans l'idée qu'elle est un miroir de ce que nous sommes et vivons. Ce qui l'intéresse, ou plutôt ce qui intéresse aujourd'hui principalement ceux qui la font, ce n'est pas d'abord ce qui est mais les faits de la réalité qui peuvent être mis en spectacle. La recherche éperdue que déploient ses gestionnaires et ses artisans pour attirer et retenir notre attention pour des fins de cotes d'écoutes et de revenus publicitaires subséquents, provoque une sélection d'idées, de faits, de valeurs et de façons de dire comme de montrer qui évacuent la complexité et réduit la vie à un va et vient incessant de héros heureux ou malheureux, bons ou mauvais, gagnants ou perdants. Sauf exception, rien ne transpire à la télévision de la réalité de nos sociétés inégalitaires, de la manipulation des informations par les agences innombrables de spécialistes en relations publiques et en marketing tout comme de la solitude qui envahit nos vies personnelles et sociales (etc.).

La télévision nous ressemble et s'identifie d'une certaine façon à ce que nous sommes. Mais tout cela est fait au travers des choix et des transpositions passées au crible de ceux qui la font sans intention de rechercher les moyens de nous faire accéder aux complexités et aux subtilités des phénomènes de la vie réelle. Tout se passe comme si, bénéficiant de moyens et de langages qui pourraient faire participer nos intelligences à des compréhensions plus profondes de la vie, les gestionnaires et artisans actuels de la télévision préféreraient nous garder passifs et inintelligents devant nos écrans ou devant la vie qu'ils nous réduisent très souvent à la fatalité et à une simplification sans perplexités. ⁹

⁹ Tout se passe comme si, ceux et celles qui nous font "notre télévision" n'avaient pas encore fait eux-mêmes la jonction entre les paradigmes de la culture de l'imprimé et ceux de la culture de l'audiovisuel: Résultats: ils remplacent les mots par des images et nous laissent en suspend. Mais peut-être manquent-ils d'audace?

La télévision possède des façons particulières de nous mettre en contact avec les réalités par ses langages et ses stratégies de communication, par ses technologies, par son organisation et sa gestion. Elle bénéficie d'une place prépondérante dans notre vie et dans la société pour le faire. Véritable fenêtre technologique sur le "dehors" qui nous confine toujours "au-dedans" de notre individualisme, ce qui nous intéresse ici, c'est l'importance d'identifier ce que la télévision nous apprend et nous fait vivre, ce qu'elle contribue à mettre en activité ou à transformer dans nos vies, compte tenu qu'elle est le moyen de communication prépondérant qui a pris la place occupé hier par d'autres institutions qui, comme l'école, l'église et la famille, exerçaient alors un rôle central et influent dans la culture. La télévision remplace aujourd'hui ces institutions. C'est par elle que nous sommes introduits et associés à la vie de la société, et à la nouvelle culture qu'ont contribué à "générer" les médias et la diffusion massive des informations. La télévision a quelque chose à voir avec nos modes de vie privé et sociaux actuels et futurs.

Télévision et vie privée

[Retour à la table des matières](#)

D'une certaine manière, il est possible de dire que l'important dans la télévision, n'est pas ce qu'on voit, mais ce qu'on ne voit pas. La télévision nous atteint dans presque toutes les fibres de notre personnalité. Elle agit sur nous tout autant dans nos activités cognitives et psychiques que dans nos comportements, nos attitudes et nos valeurs.. La télévision agit sur nous. Mais cette activité ne se fait pas pour autant de manière passive chez le "récepteur" que nous sommes. Immobile devant son écran, le téléspectateur y fait l'expérience d'une activité cognitive et psychique personnelle importante.

La télévision provoque une activité, une façon de voir, de lire, d'observer, de comprendre et de gérer autrement les rapports que chacun de nous entretenons avec notre vie intérieure, avec nos proches, avec la société, avec le monde, l'univers et la nature. Quand bien même tout cela se fait au travers les formes du divertissement (ou du

détournement), les langages de l'image et du son tout comme la puissance de communication à distance de la télé nous atteignent. Ils introduisent et développent une rupture dans nos modes traditionnels de penser et de vivre nos rapports avec nous-mêmes et avec ce qui nous entoure. La télévision constitue à ce chapitre un agent nouveau et actif d'acculturation.

La télévision est un flux d'images électroniques. Elle impose son propre rythme. Chaque image s'y transforme en sa suivante qui nous arrive dans un flot de lumière et atteint notre cerveau à sa propre vitesse électronique. Notre pensée rationnelle est un obstacle à cette réception du flux d'images. On ne peut plus y conserver "l'esprit" alerte. La télévision exige la fixité de notre regard sur un monde d'images où, à un certain égard, la fiction devient pour nous la réalité. Conclure ici que la télévision nous fait basculer dans un état proche de l'hypnose et nous cantonne dans l'univers des rêveries et des fantasmes comporte une partie de vérité. Mais il se passe davantage que cela: c'est l'activité cognitive d'un autre type qui se met à l'ouvrage pendant qu'avec tous les traits extérieurs du zombie nous fixons, silencieux et solitaire, l'écran cathodique.

Le flux des images et des sons de la télévision provoque en nous une activité cognitive qui confond tout à la fois l'intelligence rationnelle, intuitive et affective du cerveau humain. Nous n'avons pas le temps de mettre des mots sur les images qui défilent, et pourtant ces dernières nous sont significatives. Nous regardons et écoutons des images, des paroles, des bruits et des musiques qui nous parlent à nous avec des significations, sinon nous changerions d'émission ou nous fermerions le téléviseur. Mais tout cela fait comme une bouillie dès lors que nous voulons tenter d'en parler avec notre manière coutumière de nous exprimer. La télévision nous fait passer d'une culture qui nous a modelé et appris à penser et à nous exprimer à partir des structures cognitives du langage écrit (imprimé) à une culture de langages multidimensionnels dans laquelle dominent des images et des sons à décoder. Elle nous fait participer à un nouvel imaginaire construit à partir des images et non plus à partir des mots. La télévision nous fait passer de la civilisation de l'imprimé avec son cartésianisme à un monde qui fait appel à la stimulation et au développement d'habiletés qui n'ont plus la seule raison logique pour outil d'interprétation et

de maîtrise de la réalité et de nous-mêmes au tout premier chef. Au fond, comme téléspectateurs, nous sommes en activité constante d'interprétation de langages dont nous ne possédons pas ou ne maîtrisons pas la "grammaire et le lexique". Ce travail (inconscient la plupart du temps) d'interprétation télévisuelle est une forme d'apprentissage caractérisé par le fait que le téléspectateur apprend sans savoir qu'il apprend, ni souvent, ce qu'il apprend. C'est un apprentissage par imprégnation comme celui de la langue maternelle. Cette imprégnation agit sur nos attitudes et sur nos comportements individuels et sociaux; elle se transforme en un savoir collectif encore implicite et mal maîtrisé par les artisans et propriétaires de la télévision elle-même où ce n'est pas encore la priorité de s'engager dans de telles recherches et de telles préoccupations.

Que nous puissions éprouver des difficultés à nous y retrouver dans ce nouveau paysage mental et cognitif, c'est une autre question qui concerne non pas l'effet d'acculturation de la télévision mais l'analphabétisme fonctionnel dans lequel nous confine encore l'éducation traditionnelle que nous a transmise et continue encore de véhiculer largement l'école et la famille démunies de moyens pour faire autrement. N'est-ce pas ce que nous ressentons implicitement lorsque nous évoquons la différence qu'il y a entre nous, parents et éducateurs, et nos enfants qui sont davantage imprégnés par la culture et l'imaginaire télévisuels que par ce que nous leur transmettons? Mais encore serait-il utile qu'eux aussi puissent mettre des mots sur leur expérience ?

La télévision n'est pas seulement une fenêtre sur le monde, elle est aussi une nouvelle façon de penser le monde. Elle est un système de représentation et pas seulement des personnages, des images ou des informations qui s'agitent et défilent sur l'écran. Ce dont nous avons besoin, en urgence, c'est d'en savoir plus sur les processus d'apprentissage à l'oeuvre dans le contexte du visionnement et de l'écoute télévisuelle chez nous, les adultes et chez nos enfants.

La télévision "créé" une façon différente d'accéder à un monde de connaissances de toutes sortes. Elle porte en elle-même, une approche dont on peut signaler, tout au moins les quatre dimensions suivantes

1. La télévision mise d'abord sur un mode de connaissance par l'image. Elle agit avec la force suggestive et émotive de l'image, c'est par l'image qu'elle transmet ses modèles de pensée. Mais ce qu'elle impose aussi, c'est la pensée par image, c'est l'accès aux connaissances par l'image. Sa méthode est celle d'une image généralement en mouvement et les exercices mentaux qu'elle met en activité doivent se déployer dans la puissance de l'image;
2. La télévision cultive aussi une activité de la pensée (...), qui fonctionne en s'inspirant davantage de la vision mosaïque que de la logique linéaire propre à la méthode rationnelle devenue classique. Ici, les connaissances s'imposent par la force respective des images; les informations s'ajoutent sans lien logique entre elles; les savoirs de toutes sortes se juxtaposent sans qu'on ne se soucie de leur aspect séquentiel; les intuitions adviennent et s'imposent sans référence à leur structuration ou à leur mise en ordre;
3. Dans la même veine, la télévision pratique une approche de la réalité fondée sur l'instantané. La pensée qu'elle privilégie ressemble aux "flashes" publicitaires, par exemple, ou aux images en succession rapide des vidéoclips. A la limite, tout arrive ici spontanément, rapidement, instantanément, comme sans effort et hors de la durée. On peut même changer de chaîne et donc changer de climat, d'espace et de temps, par une simple touche de commande à distance depuis son fauteuil. L'attention à l'instant y remplace, pour une bonne part, l'intérêt soutenu et la concentration dans le temps. Et la pensée y revêt davantage une forme magique: ici, ce n'est plus le mot, mais l'image magique qui fait apparaître ou même réapparaître instantanément la réalité et sa signification. Car la télévision peut utiliser les reprises, les images décélérées ou les retours dans le temps et cette "magie" est évidemment souhaitée par les téléspectateurs, même dans les émissions d'informations comme les journaux télévisés;
4. Enfin, la télévision offre aussi ses messages sous la forme du spectacle. Elle possède un véritable caractère scénique. Au

vrai sens du mot, ne devient valable que ce qui est "spectaculaire": ce qui constitue, certes, un spectacle, mais qui est du même coup, sensationnel, prodigieux et captivant. L'apparence compte ici pour beaucoup, s'appuyant sur la force suggestive et émotive de l'image. Le danger est d'en rester là, en superficie, séduit par une forme, oubliant le contenu, en profondeur. En somme, évoquer le spectaculaire, l'instantané ou le mosaïque, c'est toujours revenir à l'image.

Cette image mystérieuse de la télévision est une image médiatisée. Elle a déjà subi un traitement qui lui confère parfois une intention et un sens clandestin (par exemple, la publicité) tout en véhiculant une masse d'informations et de connaissances que les adultes comme les enfants reçoivent sans trop savoir consciemment comment les traiter à leur tour.

La télévision nous place constamment dans une activité d'interprétation des interprétations faites par les autres; tâche que nous ne pouvons pas ne pas accomplir, même inconsciemment, sans quoi nous ne saurions plus trop dire ni savoir qui nous sommes et différencier le vrai du faux. Être téléspectateur, c'est vivre au centre d'un phénomène historique et social nouveau: celui de la communication médiatisée. Mais cette communication reste encore unidirectionnelle et elle nous envahit d'une multiplicité de messages qui font intrusion dans notre vie privée sans que nous les désirions ou les choissions nécessairement et avec lesquels nous ne pouvons pas interagir en direct ¹⁰ Téléspectateurs, nous devons conjuguer quotidiennement avec la multiplicité. Cela a pour effet de tenir notre corps et notre cerveau en situation de stimulation et de réceptivité permanente. Comment réagit-il ? Comment parvenons-nous à gérer ce flux d'informations et de stimula-

¹⁰ Le développement actuel de la télévision interactive (vf. Videoway/ Vidéo-tron) favorise bien sûr une bidirectionnalité dans laquelle le téléspectateur peut choisir entre diverses possibilités de programmes ou encore de jeux. Si la technologie des télécommunications rend possible le passage vers une participation effectivement plus grande et plus riche du téléspectateur devenu téléacteur, nous en sommes encore à des premiers balbutiements qui ne nous garantissent pas encore que l'avenir de la télévision interactive ne sera pas récupéré à des fins de plus grande "captivité" et de mercantilisme.

tions ? Comment faisons-nous les liens entre elles; ces synthèses qui nous permettent d'être et de rester nous-mêmes ?

La télévision réunit la plupart des caractéristiques propres au monde des télécommunications. Elle nous plonge quotidiennement au coeur de l'univers de la communication dans et par la distance; au coeur de cette forme généralisée et massive de communication où nous pouvons être là sans y être physiquement. Au coeur d'un phénomène qui multiplie notre exposition à des activités dans lesquelles le "contact" passe par le mental et le psychique plutôt que par la relation physique et directe avec les réalités. La télévision nous fait vivre la réalité dans notre tête et dans notre imagination. Elle nous fait vivre dans la distance sans la distance.

La télévision contribue ainsi à modifier complètement nos vieilles conceptions et expériences de l'espace et du temps. Ce qui est loin géographiquement devient proche de nous. Ce qui est éloigné dans le temps, devient le présent. Il n'y a plus à proprement parler de distances géographiques ni de durée autre que le présent et l'immédiat. La lune, l'Irak, l'Assemblée nationale, le drame d'une famille ou encore les invités d'un "talk-show" se retrouvent dans notre foyer comme si, d'une certaine façon, nous y participions. La télévision nous fait vivre la proximité avec le lointain et le temps y défile comme s'il n'y avait plus de passé ou de futur.

Vie privée/vie publique

[Retour à la table des matières](#)

La télévision provoque un phénomène d'intrusion de la vie publique dans nos vies privées au point de confondre l'une et l'autre. L'univers médiatique n'a cessé, en effet, de se développer depuis cent ans. À la presse à grand tirage née à la fin du siècle dernier, se joignirent le disque, le film, la radio puis la télévision. Mais, c'est avec la télévision que l'univers médiatique commença surtout à acquérir la densité et l'omniprésence que nous lui connaissons actuellement. Aujourd'hui, avec les nouvelles technologies d'information et de communication, on assiste à l'interconnexion électronique et informatique des médias

de sorte que la société se caractérise dorénavant par un ensemble médiatique articulé en un réseau global et omniprésent d'information-communication. Finalement, ajoutons pour les sceptiques, qu'avec le transistor et le baladeur (walkman) le "branchement" au réseau d'information-communication poursuit encore plus profondément le citoyen dans son individualité, dans son intériorité, dans sa vie privée. ¹¹

L'univers médiatique rejoint donc le citoyen, l'encadre et même s'impose à lui dans toute la diversité des lieux et des moments de la vie. Le citoyen de cette fin de siècle est d'une certaine façon "prisonnier" d'une "informa sphère", d'une mer dans laquelle sa vie publique et privée baigne du lever au coucher.

Ainsi, l'univers médiatique a envahi tout l'espace social, toute la vie sociale et donc la vie privée des gens. Il n'y a plus de "place publique" comme hier. La place publique s'est aujourd'hui transportée dans l'intériorité de notre foyer, dans l'espace et la relation intime et solitaire que nous partageons avec l'écran. C'est à l'écran et en fonction de l'écran que se dessinent les stratégies et se font les campagnes politiques où l'ensemble des citoyens sont interpellés dans leur vie privée en tant que téléspectateurs membres d'une sorte de "collège-collectivité invisible" au sein duquel toute activité d'échanges et de confrontations est bien sûr rendue impossible.

Le rapport entre la vie privée et la vie publique est dominé par l'espace public, du moins par les médias qui y sont omniprésents. L'intrusion est constante et si dense qu'on a l'impression que l'espace privée disparaît chaque jour davantage. La famille a-t-elle dans ce contexte les moyens de vivre sa vie privée avec les siens ? Les citoyens d'aujourd'hui ont-ils vraiment le choix de vivre ainsi ?

L'information est devenue, au cours des quinze dernières années, la matière première la plus stratégique, un bien nécessaire, un bien de subsistance. Aujourd'hui, être informé, avoir entendu parler de, avoir vu ceci et /ou cela, est devenu une norme sociale, un pré requis à

¹¹ LACROIX, Jean-Guy, "L'intrusion dans la vie privée: le point de vue des téléspectateurs", texte ronéotypé, Association nationale des téléspectateurs, Montréal, juin 1989.

l'existence sociale, à la légitimité de son discours, de son opinion et pour beaucoup, de son salaire.

Il semblerait donc que le citoyen téléspectateur n'ait pas le choix de vivre cette intrusion puisque pour être informé, il lui faut se "brancher" et s'immerger dans l'information. Alors, le problème n'est peut-être pas celui de l'intrusion mais celui de la place, du rôle et des moyens qu'ont les téléspectateurs pour vivre dans cette information sphère. Le problème vient peut-être du fait que le citoyen téléspectateur n'a "jamais" la parole, qu'il est relégué à l'état de récepteur ?

En fait, les citoyens téléspectateurs sont dépossédés, par l'actuel système de télédiffusion, de leur capacité de parole et de leur droit de regard. Ils n'ont plus de poids que comme sondés, que comme consommateurs, que comme acheteurs choisissant un peu plus de ceci ou un peu moins que cela. Dans le système actuel, il est devenu impossible de voir le téléspectateur et d'entendre son discours, toute la place publique étant occupée par le discours d'autopromotion des diffuseurs. Le téléspectateur y est une quantité, une cote d'écoute, un auditoire ciblé pour les annonceurs. Lorsqu'on voit des téléspectateurs à l'écran ils y sont présentés comme les acteurs du spectacle télévisuel. Ils sont là pour acquiescer, pour applaudir ou pour se vendre.

L'espace public est ainsi de plus en plus privatisé, monopolisé par des intérêts qui privatisent à leur tour notre rapport avec les autres et avec la société. D'ailleurs, l'histoire montre que la télédiffusion canadienne n'a cessé d'évoluer vers un système où domine l'entreprise privée et dans lequel le citoyen et la collectivité ont de moins en moins, déréglementation aidant, de possibilités, de droits de regard.

Aussi, ce qu'il faut ici dorénavant se mettre à questionner, ce sont les impacts qu'entraînent ce phénomène d'intrusion de l'espace public dans la vie privée et la forme que prend ce rapport public|privé dans la vie des individus tout autant que dans la vie de la famille quelque soit les formes contemporaines de cette dernière.

La télévision pose des problèmes à résoudre

[Retour à la table des matières](#)

Comme on peut l'imaginer, l'envahissement massif de la télévision ne s'est pas fait et ne se fait pas sans un certain nombre de répercussions. La télévision pose quelques questions et quelques problèmes à résoudre.

L'une de ces questions est celle de l'équilibre à préserver entre une vie quotidienne relativement "immobile" dans nos univers domestiques et une ouverture au monde qui ne cesse de croître.(mais quelle est la qualité de cette ouverture au monde ?). Avec l'explosion actuelle des médias, sommes-nous entraînés dorénavant dans un processus de désengagement social, chacun se désinvestissant de toute responsabilité vis-à-vis autrui ? La surinformation sous forme d'un trop plein d'images en provenance du monde extérieur a-t-elle commencer à provoquer paradoxalement le repliement individualiste ?

Les individus et les groupes vont-ils se laisser imposer un cheminement programmé essentiellement par les promoteurs gouvernementaux, les grands agents économiques impliqués avantageusement dans la distribution et l'implantation des nouvelles techniques d'information et de communication, de même que par les spécialistes et stratèges des programmations télévisuelles?

La scénarisation de la société d'information et de communication avec au premier rang la télévision, peut-elle devenir le lieu d'une auto construction par les usagers d'un cheminement orienté par leurs demandes et leurs besoins ? Le développement de cette société continuera-t-il de s'inspirer d'un modèle vertical impliquant la centralisation, la standardisation des contenus, l'unidirectionnalité dans l'échange ? La généralisation déjà commencée de l'usage de la télévision comme des autres médias va-t-elle encourager le repliement sur soi et la consommation passive ? Au contraire, va-t-elle engendrer de nouvelles solidarités et de nouvelles formes de sociabilités ?

La société des communications à laquelle appartient au premier chef la télévision, risque-t-elle d'entraîner une accoutumance, ou même une dépendance des humains pour une forme de dialogue qui passerait d'abord par la médiation des machines ? Connaîtrons-nous une valorisation de la conversation rationnelle et protocolaire du dialogue humain- machine au détriment de la conversation à la fois plus riche et plus ambiguë de la communication interhumaine ? Les usages médiatiques de cette société nous permettront-ils de développer des possibilités accrues de créations et d'autonomie ? ¹²

La télévision cessera-t-elle d'être considérée comme un champ exclusif d'investissements rentables pour les capitaux de ses actionnaires et parviendrons-nous à faire en sorte qu'elle soit considérée comme un champ d'investissement social rentable pour l'amélioration de la qualité de vie des citoyens et de toute la société?

Comment parvenir à sortir de cette forme contemporaine d'analphabétisme fonctionnel qui nous rend impuissants à prendre du pouvoir sur le langage des sons et des images pour nous en approprier les codes et les richesses? Comment nous réapproprier le pouvoir de la parole individuelle et collective dans une société médiatisée envahie par des porte-parole qui parlent, interprètent et choisissent à notre place sans mandats ni procurations autres que celles de leurs propres employeurs et des modes de vie et de pensée de leur propre caste? Comment au fond, nous donner les moyens de nous acculturer à la société de l'information et des communications dont les modes de penser et les modes d'agir en famille comme en société s'imposent aujourd'hui à nous et à nos enfants d'une manière subtile et agressive tout à la fois ?

Toutes ces questions jaillissent dans notre univers quotidien sous des formes que nous ne parvenons pas encore à délier et à relier avec l'histoire que nous vivons tous les jours avec la télévision.

¹² D'après la conclusion de BRETON, P. et PROULX, S. L'explosion de la communication, la naissance d'une nouvelle idéologie, La découverte/Boréal, pp. 263--264, 1989.

Dans nos relations interpersonnelles entre adultes, dans nos relations avec les enfants dans la famille et à l'école mais aussi dans les représentations que nous nous faisons chacun de nous-mêmes et de nos rôles sociaux, dans nos valeurs comme dans l'imaginaire que nous déployons individuellement et collectivement, les médias et la télévision sont là avec leur présence quasi irréaliste, mais ils nous servent de plus en plus de matrices où nous prenons nos informations, où nous allons chercher nos interprétations du monde et surtout où nous cultivons de nouvelles façons de penser, de dire et d'être là.

La vieille distinction qu'on nous demandait de faire hier entre la fiction et la réalité ne tient plus aujourd'hui, en tout cas, plus de la même façon. La guerre contre l'Irak dont la télévision nous a abondamment entretenu au cours de la dernière année est devenue l'équivalent des jeux vidéo qui occupent nos enfants. Comme eux nous avons "joué le jeu" en sachant bien que cette guerre-là était pourtant bien réelle mais nous étions abandonnés à nous-mêmes pour nous convaincre que ce n'était pas, malgré tout, un rêve, une fiction. Nous sommes devenus anxieux jusqu'à vivre des formes de psychoses. Mais, soumis à la voix et aux images de la télévision nous avons vite "zappé" pour reconverter la vie en spectacle en nous disant à nous-mêmes et à nos enfants que cette guerre qui se menait bien loin n'était pas plus grave que les peurs que nous font vivre l'histoire du petit chaperon rouge.

Nous nous préoccupons des joies et des peines de l'héroïne dans une série dramatique avec autant d'intensité que ce que nous souhaiterions (nostalgiquement) partager avec nos propres enfants. Tel animateur de "talk-show" devient pour nous le conjoint ou l'ami convivial qui introduit du charme et de la fantaisie dans un quotidien où nous ne consacrons plus que 6% de notre temps à la conversation. Tel autre devient le complice à qui l'on souhaite inchoativement confier ses secrets les plus intimes pour se faire dire si on est bon ou méchant, si on est dans la vérité ou dans la fausseté un peu comme on le faisait autrefois au confessionnal. Telle autre devient la confidente et l'intermédiaire par laquelle nous souhaitons faire entendre à notre conjoint ce que nous ne parvenons pas à lui exprimer nous-mêmes. Les journalistes deviennent nos consciences sociales et politiques face au monde d'ici et d'ailleurs; par eux nous vivons le sentiment d'être présents et participants aux décisions et aux activités extérieures qui concerne la

société avec l'impression qu'ils sont presque devenu nos porte-parole, nos défenseurs et les garants de la vie démocratique.

Nous vivons dans la dépendance à l'égard de la télévision beaucoup plus que ce que nous croyons. La télévision est une présence conviviale qui imprègne notre quotidien. C'est là une de ses grandes forces. Elle est un membre idéal de la famille, un parent, une enseignante, une justicière ou un adulte avec lequel nous ne vivons pas de conflit, ni de contraintes apparentes. La télévision n'a de frontière que le cadre même de l'écran et notre propre imaginaire mental. Quand ça ne va plus entre elle et nous, nous "zappons". La télévision nous occupe beaucoup et elle s'occupe beaucoup de nous. Sans doute le temps est-il venu de nous en occuper.

S'occuper de la télévision passe d'abord par l'appropriation de notre histoire de téléspectateur

[Retour à la table des matières](#)

Le visionnement de la télévision, depuis l'époque de son implantation sociale à grande échelle au début de la décennie 1950, a connu une progression constante. De façon significative au début, ce sont les individus appartenant aux catégories sociales défavorisées qui ont davantage regardé la télé. Lorsque le temps d'écoute a commencé à plafonner, il s'est accru dans les couches sociales privilégiées. Avec la décennie 1960, la télévision a finalement réussi à pénétrer dans tous les milieux, y compris chez les privilégiés, plus proches de la culture écrite, d'abord hostiles à l'envahissement de leur temps de loisirs par la télévision. Il convient toutefois de souligner ici que les intellectuels et les dirigeants de notre société persistent encore à mépriser ce média malgré les intérêts qu'ils souhaitent en retirer alors que la télévision continue d'être l'outil d'information et de divertissement principal des majorités moins favorisées.

Le temps consacré à la télévision varie en fonction des différentes périodes de vie d'un individu: le visionnement progresse de la jeune enfance jusqu'à l'époque où l'élève fréquente l'école élémentaire, elle décroît quelque peu pendant l'adolescence et la première partie de

l'âge adulte (18 heures/semaine), pour connaître ensuite une légère hausse; ainsi, les personnes âgées de plus de 65 ans regardent davantage la télévision que les autres adultes. De façon générale, les femmes, les enfants et les personnes âgées constituent la clientèle la plus nombreuse et assidue de la télévision

L'histoire de la télévision c'est notre histoire à nous les téléspectateurs qui avec le temps avons consacré de plus en plus d'heures au petit écran et avons acquis là une expérience dont il faut commencer de faire l'économie. C'est aussi notre histoire parce qu'indépendamment du nombre d'heures que nous lui consacrons, elle marque dorénavant tous les aspects de notre vie comme personne, citoyen et consommateur.

Notre histoire de téléspectateur est celle de nouveaux comportements que nous avons développés au fil des ans avec les membres de notre famille et avec notre voisinage immédiat; c'est l'histoire d'une organisation différente et d'une nouvelle occupation de nos loisirs; c'est une façon nouvelle de recevoir et d'interpréter une multitude d'informations et d'apprendre à faire leur tri et à les comprendre. 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 s'activent à capter 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 culturelle souvent inconsciente que nous vivons entre le monde du langage écrit rationnel et logique du milieu de travail ou de l'école et un monde visuel qui s'adresse à nous sur l'écran ou dans les discours sociaux par les moyens du récit, de la description, de l'émotion, de l'instantanéité et de la discontinuité. La télévision, comme nous l'avons évoqué précédemment, nous fait vivre l'expérience d'une nouvelle forme d'activité de la pensée. Elle nous fait penser par des images plutôt que par des mots; elle nous organise la vie en kaléidoscope plutôt qu'en liens logiques; elle nous fait voir la réalité par "flashes" plutôt que par le fil continu d'une trame tissée de façon complexe; elle nous montre à voir la réalité sous la forme du

spectaculaire en accordant une prépondérance à l'apparence plutôt qu'au contenu.

La télévision, finalement, c'est l'histoire du silence des téléspectateurs ¹³. Un grand silence causé par l'inexistence de moyens qui pourraient nous aider à mettre des mots sur ce que nous voyons et ressentons, à comprendre et à parler de ce que la télévision fait bouger en nous. C'est l'histoire d'un grand isolement et d'une grande solitude: la télévision parle de nous et pour nous avec ses façons à elle de choisir et de dire les choses. Mais nous ne pouvons pas vraiment lui parler de nous. La télévision actuelle contribue à uniformiser plutôt qu'à mettre en valeur nos différences et nos complémentarités. Elle est à beaucoup d'égard bien loin d'une entreprise de communication.

C'est, en fond de toile, l'histoire d'un extraordinaire élargissement de nos connaissances, de nos habiletés cognitives et perceptives, d'une ouverture à des réalités et à des valeurs qui nous seraient autrement inaccessibles. Mais c'est aussi l'histoire de la confrontation de notre vie de tous les jours, quand le téléviseur est fermé, avec la digestion et la gestion à faire de tout cela. Une confrontation avec notre désarmement face à nos désirs d'être autonomes, de dire et de faire autrement.

L'histoire de la télévision ressemble à l'histoire de la médecine et de l'industrie médicale. Pendant de nombreuses années nous considérions le médecin comme un dieu tout-puissant qui pouvait nous guérir par son seul pouvoir. Nous faisions totalement confiance en lui, dans la science et dans les technologies qui gouvernaient sa pratique. Il était un "veau d'or" et un magicien. Mais voilà que nous nous sommes un jour aperçu que nous pouvions nous aussi prendre du pouvoir sur notre propre santé. Et c'est alors que nous nous sommes mis socia-

¹³ Le sondage réalisé par CROP/Télé métropole (mars 1991) révèle que 98% des téléspectateurs n'écrivent ou ne téléphonent pas aux stations de télévision pour faire état de leur protestation, de leur satisfaction ou encore de leurs suggestions. Par ailleurs, il est utile de noter que le système actuel de la télévision évolue de plus en plus dans la direction d'une centralisation où il devient de plus en plus impossible de prendre la parole si l'on appartient pas au clan des élus qui y ont accès et qui en maîtrisent les codes.

lement à parler de politiques de santé impliquant d'autres agents, dont nous-mêmes, dans la mise en place de conditions générales de qualité de vie à tous les niveaux. Notre santé, la santé, n'était plus la maladie et elle devenait la responsabilité de nous-mêmes comme de tous les agents de la société. Notre santé n'était plus pour nous une affaire étrangère. Elle devenait une question de qualité de vie.

Mais comment faire en sorte que notre histoire "avec" la télévision cesse de nous être étrangère ? Y-a-t-il moyen de penser, de parler et d'agir à propos de la télévision sans être captifs des paramètres qu'elle impose elle-même ? Y-a-t-il moyen de parler à propos de la télévision en se situant à partir du point de vue de ceux qui en font l'usage et vivent avec ses "impacts" ?

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. Tout le champ de la parole à propos de la télé est accaparé par ses promoteurs. On ne parle publiquement de la télévision que pour en faire la louange (même quand on en fait la critique) et ceux qui le font sont ses propres artisans qui occupent tous les autres secteurs du monde des médias. La télévision est une affaire de clan où l'on s'auto promeut à qui mieux mieux à l'écran, dans la presse écrite et sur les ondes radiophoniques. Le téléspectateur se trouve sans cesse interpellé, mais on lui parle le langage de la séduction pour en faire un client; on lui présente la télévision comme un monde merveilleux devant lequel il n'a d'autres mots à exprimer que ceux de l'ébahissement du spectateur médusé et conquis. Le téléspectateur n'a pas d'autres existences que le temps qu'il passe devant son téléviseur. Il se trouve ainsi sans lieux, sans moyens et sans modèles d'expression pour parler, non pas de la télévision, mais de lui, sur la base de l'expérience qu'imprègne la télévision dans sa vie. Le téléspectateur a un point de vue, un point d'observation, un point de chute bien à lui en regard de la télévision. Ce point de vue est celui d'une personne, d'un citoyen et d'un consommateur actif, différencié, non anonyme. C'est un point de vue interdit qui n'a pas sa place encore dans les discours à propos de la télévision parce que cette dernière n'a pas encore développé l'habitude de laisser d'autres points de vues s'exprimer sur elle-même. Parce que nulle part encore l'on a entrepris de considérer la télévision comme une réalité à intégrer dans nos re-

cherches pour mieux comprendre les enjeux actuels auxquels la famille se trouve confrontée, pour mieux comprendre les moyens de mieux faire servir l'école de nos enfants à l'intégration de leurs expériences télévisuelles. Parce que la culture et les communications sont définies en termes exclusifs d'affaires commerciales. Parce que, aussi, nous avons tous le nez collé sur l'écran et que les moyens de s'en distancier sont difficiles à trouver et à prendre. Nous sommes des parents téléspectateurs en face d'enfants téléspectateurs tout comme à l'école, nous sommes des enseignants téléspectateurs en face d'élèves téléspectateurs. Nous sommes tous des téléspectateurs qui s'ignorent dès lors que nous avons affaire à la télévision.

Lever l'interdit sur le point de vue du téléspectateur, c'est se dégager de l'emprise sacralisée du rituel télévisé et abandonner la vision fermée qui la réduit aux seuls paramètres du divertissement.

Les adultes consacrent en moyenne 23.5 heures par semaine à la télévision alors que les enfants lui consacrent 22 heures de leur temps hebdomadaire. Très curieusement, les uns et les autres s'expriment très différemment à son propos. Les adultes manifestent beaucoup un sentiment de gêne et de culpabilité face à leur comportement de consommateur de télévision. La preuve en est les sondages dans lesquels ils s'empressent de dire qu'ils préfèrent les émissions d'information aux émissions de fiction ou proprement divertissantes alors que les cotes d'écoute des télédiffuseurs démontrent le contraire. La preuve en est l'hésitation ou le malaise qu'ils ont à s'avouer à eux-mêmes ou à leurs amis le nombre d'heures qu'ils consacrent à la télévision. Pour les adultes, la fréquentation de l'écran cathodique a souvent toutes les caractéristiques d'un geste intime non avouable. Un geste dont ils ressentent encore davantage la gêne lorsque comme parents ils sont confrontés aux heures d'écoute absorbées par leurs propres enfants. Pour les parents, regarder la télévision est souvent associé à une image négative qui les amène à éviter carrément d'en parler. C'est comme si la télévision ne faisait pas partie de leur vie; cette portion de vie, en fait, qui les plonge souvent dans l'incommunicabilité au sein de leur propre vie amoureuse et familiale...

Pour les enfants, cela se passe tout à fait différemment. Ils n'expriment ni culpabilité, ni ressentiment: la télévision fait tellement par-

tie de leurs habitudes de vie et de leur univers familial (familial) qu'ils oublient de la mentionner lorsqu'on les interroge sur leurs activités de loisirs. Pour eux, la télévision n'est pas un loisir, elle est un rituel de la vie quotidienne; c'est presque souvent la première "personne" qu'ils vont voir en se levant le matin ou en rentrant de l'école en fin d'après-midi. Si pour leurs parents la télévision peut faire office de gardienne, pour eux, les enfants, elle est davantage une amie qui les attend, leur parle et leur fait vivre en images animées et en sons les aventures imaginaires qu'on nous racontait autrefois à partir des livres. La télévision, c'est leur confidente qui les accueille les bras ouverts et qui établit avec eux un contact dans lequel, eux aussi, ils ne reçoivent pas de réponses à ce qu'elle provoque en eux de sentiments, de questions ou de réactions. Ils nourrissent leur imaginaire, ils "voyagent" avec la télévision: mais ce sont des activités qui aboutissent dans leur vie intérieure, silencieuse, sans partages. Les adultes ne voient pas et ne comprennent pas l'importance de parler de la télévision avec leurs enfants parce que l'image et la télévision elle-même sont encore pour eux des langages qui ne comptent pas, qui ne font pas "sérieux" et avec lesquels ils ne savent trop que faire.

La télévision accapare notre univers intime en nous y confinant comme dans un refuge et en nous isolant les uns des autres pendant que nous la regardons, même en famille. A la lumière de tout ce que nous avons dit jusqu'ici, l'on peut se rendre compte que c'est une autre de ses forces et l'une des raisons qui explique tout à la fois son emprise (pouvoir) comme la difficulté que nous avons à la considérer autrement qu'avec l'indifférence propre à un simple divertissement. Cela permet de comprendre aussi la facilité relative avec laquelle la télévision et les décisions qui la concerne se déploient à l'écart des contrôles et du débat social, tout comme de nos propres réflexions et interrogations quotidiennes. Cela ne se passe pas ainsi par rapport à l'école et à l'éducation de nos enfants; individuellement et collectivement nous nous en préoccupons et prenons part à ses destinées. Cela ne se passe pas ainsi en matière de qualité de notre santé. Cela ne se passe pas ainsi pour nos conditions de travail et pour la qualité de notre environnement naturel.

La télévision constitue une composante majeure de notre vie contemporaine. S'en occuper et s'en préoccuper doit devenir au premier

chef, l'affaire des téléspectateurs et pas seulement celle des professionnels de l'audiovisuel, de l'industrie, des médias et de la politique comme c'est encore maintenant le cas. Cela passe, pour nous, par le chemin d'un réveil de la conscience et de l'invention d'un nouveau rapport critique "actif" à la télévision, à la culture qu'elle diffuse et à ce qu'elle nous fait vivre comme personnes, comme citoyens et comme consommateurs dans la famille, à l'école et dans toute la société. Alors, sans doute, sera-t-il possible de commencer à entendre les téléspectateurs parler de leurs besoins et de leurs exigences, alors commencera-t-il à être possible de mieux savoir intégrer les richesses de la culture télévisuelle au profit d'une meilleure gestion de nos vies à tous les niveaux. Alors sera-t-il possible, au plan de toute la société, de cesser une fois pour toute de réduire la télévision à une simple question de techniques, d'argent et de cote d'écoute gérée par des marchands d'informations et de culture. Tout cela suppose que nous entreprenions dans la société, en famille, à l'école et avec l'aide de la télévision elle-même et des autres médias, de nous approprier notre propre expérience personnelle de téléspectateurs ainsi qu'une responsabilité nouvelle de citoyen et de consommateur à l'égard de la télévision. Une responsabilité nouvelle en fonction de laquelle la télévision et ceux qui en gèrent la destinée et les politiques devront dorénavant se mettre à conjuguer leurs décisions, leurs stratégies et leurs actions.

Devenir des téléspectateurs critiques, autonomes et actifs dans la société de l'information et des communications médiatisées

[Retour à la table des matières](#)

Nous ne pouvons pas attendre des télédiffuseurs, de leurs artisans et de la télévision elle-même, qu'ils nous fassent sortir de la nébuleuse quotidienne dans laquelle nous enveloppe l'écran cathodique. Ce qui se passe dans le monde télévisuel est trop important et trop riche à bien des points de vue, pour que nous ne nous donnions pas des moyens de prendre à son égard la distanciation qui permet de mieux voir, de mieux comprendre et enfin, de sortir de notre silence. La télévision est un "lieu" de pouvoir idéologique fort important sur lequel

nous n'aurons pas de pouvoir nous-mêmes tant et aussi longtemps que nous ne saurons pas comment le prendre et quoi faire avec ce dernier. Cette "prise de pouvoir" des téléspectateurs sur la télévision passe par plusieurs dimensions de notre vie personnelle et sociale. C'est aussi là, la seule façon, vraiment la seule, qui permettra d'orienter le développement de la télévision dans le sens de nos besoins et de ce que nous souhaitons. Il y a ici une parole personnelle et collective à "libérer" dont l'expression pourra faire en sorte de nous faire mieux profiter de la culture de l'audiovisuel, et établir une interaction créative avec ceux qui gèrent et font la télévision comme avec tous ces créateurs que la télévision persiste à ignorer.

La télévision n'est pas seulement un meuble image. Ce n'est pas seulement des émissions et des vedettes qu'on aime. Ce n'est pas seulement un passe-temps et une occasion de se reposer ou de relaxer de sa journée de travail ou bien de se mettre à l'écart des demandes incessantes des enfants. C'est aussi un choix de vivre ses moments de loisirs et des modes de relations interpersonnelles dans son foyer. Devenir un téléspectateur autonome, critique et actif c'est se donner les moyens de connaître comment fonctionne la télévision, comment on réagit à ce qu'on y voit et entend et c'est en parler avec d'autres, pas seulement pour se rappeler les faits et gestes du héros d'une série dramatique, mais aussi pour questionner la richesse et la pertinence de ce qu'on y regarde. C'est agir pour faire entendre ses droits de consommateurs quant à ses besoins et quant à la qualité des programmations que nous offre son industrie. C'est agir comme citoyen pour faire reconnaître la nature fondamentale de service public de la télévision quand elle occupe, comme aujourd'hui, un rôle aussi central et prépondérant dans notre vie sociale culturelle et démocratique.

C'est pouvoir prendre la parole et agir comme téléspectateur avec un point de vue de téléspectateur qui marque sa différence par rapport aux points de vue qu'expriment ceux qui font cette télévision. Nous ne sommes pas des journalistes|chroniqueurs de télévision, nous ne sommes pas des artistes ni des artisans de la télé non plus que des promoteurs et des producteurs d'émissions. Nous sommes des personnes, des citoyens et des consommateurs qui avons des intérêts propres et des attentes particulières qu'il nous faut cependant entreprendre de rendre conscients et découvrir.

Nous ne sommes pas non plus une masse anonyme comme nous avons nous-mêmes tendance à nous percevoir. Chacun de nous a quelque chose à dire à propos de la télévision parce que chacun de nous vit quelque chose d'unique dans son expérience personnelle et dans son propre environnement avec et à l'occasion de la place que la télévision occupe dans sa vie. Mais ce quelque chose d'unique que nous vivons est aussi, en même temps, une expérience que vivent tous les autres téléspectateurs dans ce réseau aux mailles invisibles qui nous réunit à distance, souvent en même temps, devant l'écran du téléviseur.

Nous avons de plus en plus tendance à prendre en charge la responsabilité de notre santé au fur et à mesure que se développe notre connaissance de notre corps, notre connaissance de l'organisation du fonctionnement et de la pratique de l'industrie et de la pratique médicale tout comme notre connaissance de l'efficacité relative et de la qualité des thérapies offertes par les sciences et techniques de la médecine. Un peu de la même manière, nous pouvons devenir autonome, critique et actif à l'égard de la télévision:

- a) si nous décidons de considérer la télévision comme une réalité qui, malgré les apparences, a beaucoup plus d'importance dans notre vie que ce que nous avons l'habitude de penser;
- b) si nous nous donnons les moyens d'être attentifs aux effets que la télévision imprègne dans tous les aspects de notre vie d'adulte mais aussi dans celle de nos enfants et de notre environnement familial aussi bien que scolaire;
- c) si nous nous donnons les moyens d'être à l'écoute de nos expériences avec la télévision: que retenons-nous ? qu'est-ce qui nous surprend ? qu'est-ce qui nous attire le plus ? qu'est-ce que ça nous fait vivre intérieurement ?, etc. Comment gérons-nous notre temps avec la télévision, le temps que les enfants y consacrent ? Quelles alternatives pouvons-nous imaginer ?
- d) si nous nous familiarisons (alphabétisons) avec les langages audiovisuels de la télévision et avec les façons de faire une émis-

sion; si nous apprenons à mettre des mots sur ce que nous percevons et ressentons devant l'écran;

- e) si nous avons accès aux informations qui concernent l'univers économique, technique et politique de l'industrie télévisuelle, si nous nous préoccupons de la qualité des politiques gouvernementales en matière de communications et de culture;
- f) si nous intervenons, dans la société, pour que décideurs politiques, propriétaires et artisans de l'industrie télévisuelle cessent de réduire la télévision à une simple affaire de rentabilité et de "divertissement".

La production des émissions de télévision comporte tout autant ou davantage de responsabilités, de conséquences et d'effets que la production de détergents à lessive. Or nous vivons dans un contexte de société où les consommateurs de détergents tout comme l'environnement biologique sont mieux protégés que les consommateurs de produits télévisuels; où la protection contre les effets polluants de certaines composantes des détersifs sur l'environnement est mieux réglementée et répandue que ne le sont les responsabilités que contractent aujourd'hui les télédiffuseurs et les télé distributeurs envers l'environnement psychique, culturel et social dans lequel ils interviennent. Le développement de la télévision est aujourd'hui une affaire de qualité de vie personnelle et sociale. S'il faut redéfinir ses responsabilités à la lumière de notre réalité contemporaine, plutôt que de chercher à reproduire ce qui justifiait hier les réglementations qui la contraignait; il ne saurait être question d'en faire une créature privée dont les destinées se régleraient en dehors de tous débats sociaux et à l'écart de toutes réglementations conséquentes.

L'essentiel du travail à entreprendre passe par une énorme tâche à accomplir aux plans de l'éducation et de l'information des téléspectateurs, adultes aussi bien qu'enfants. Mais pour s'accomplir, cette tâche suppose des intentions et des décisions politiques. A considérer le fonctionnement actuel, du monde de la télévision replié sur lui-même tout autant que l'absence total d'un discours social à propos de la place majeure qu'elle occupe dans nos vies, l'éducation et l'information des téléspectateurs ne verront le jour qu'à partir du moment où la

télévision commencera à être considérée avec autant d'importance que l'école et la santé dans notre projet collectif de société.

Les actions à entreprendre dans ce domaine dépendent de décisions politiques majeures à prendre dans le domaine de l'éducation scolaire des enfants et des jeunes, dans le domaine plus large de l'éducation des adultes, tout autant que dans le domaine des politiques de communications et de la culture. Ces actions concernent aussi les télédiffuseurs et les télédiffuseurs tout autant que les artisans et créateurs actifs dans le champ télévisuel. Car, en effet, c'est par le moyen de la télévision elle-même qu'il est aussi nécessaire, dorénavant, de travailler à l'éducation des téléspectateurs adultes autant qu'enfants. Il s'agit là, nous semble-t-il, d'une responsabilité à laquelle on devrait la contraindre (à titre de service obligé à la clientèle?).

Le développement d'une attitude critique et active à l'égard de la télévision exige que nous commencions à considérer celle-ci comme faisant partie de notre histoire et que nous en fassions une histoire qui nous concerne. Il nous faut nous approprier l'histoire et les réalités du monde de la télévision du point de vue de ses impacts culturels, de l'importante place que nous lui accordons et des effets qu'elle a dans nos vies. L'une des façons de s'approprier notre histoire de téléspectateur passe par la connaissance et par l'action:

- a) à propos de ce qui se déroule sur l'écran du téléviseur: les contenus qu'on y présente, ce que nous regardons, le mode de production des émissions, le langage audiovisuel, les stratégies qui président à leurs traitements, la qualité de leurs réalisations, de l'interprétation et de la communication, (etc.): l'histoire socio-culturelle de la télévision;
- b) à propos de ce qui se déroule autour de l'écran : l'industrie et la gestion économique de la télévision, les décisions qui président aux choix des programmations, les législations et les politiques qui en définissent les objectifs et les réglementations, le développement des technologies audiovisuelles, le paysage télévisuel dans d'autres pays, (etc.): l'histoire technologique et politico-économique de la télévision;

- c) à propos de ce qui se passe devant l'écran : tout ce qui concerne l'expérience que nous vivons avec la présence de la télévision, notre façon d'en gérer l'écoute tout autant pendant que nous la regardons qu'en dehors des temps que nous lui consacrons; ses impacts sociaux et tout ce qui concerne aussi la protection et la défense de nos droits de consommateur (etc.): l'histoire du téléspectateur.

Devenir un téléspectateur actif et critique, c'est rechercher l'autonomie plutôt que la dépendance. C'est se donner des moyens de gérer son écoute et son expérience télévisuelle. C'est être capable de prendre du recul face à ce qu'on voit, à ce qu'on aime ou n'aime pas à la télévision. Mais surtout, c'est apprendre à observer et à parler de la télévision à partir de soi-même plutôt qu'à partir, exclusivement, de l'offre télévisuelle.

Les téléspectateurs pourront devenir critiques, autonomes et actifs comme personne, citoyen et consommateur dans la mesure où ils pourront s'approprier toute l'histoire de la télévision à partir de l'expérience qu'ils partagent avec elle. Tout comme on ne devient pas autonome, critique et actif dans n'importe quel champs de la vie si on a pas la moindre occasion ni les moyens du savoir, de la compréhension et de l'explication de ce qui est pour intervenir sur ce que l'on veut.

Mais pour réunir les conditions qui rendront possible cet objectif, il nous faut définir un projet de société humaine qui se mette à l'heure de la société et de la culture de l'information et des communications. Cela implique une responsabilité pour les décideurs politiques, l'industrie de la télévision, de l'information et des communications, pour les éducateurs et pour les chercheurs. Cette société et cette culture est déjà là: nous ne pouvons pas y vivre plus longtemps comme des analphabètes fonctionnels et sans pouvoir, car il s'agit de notre histoire à nous. Nous sommes tous des téléspectateurs. Cette histoire est à faire: elle est celle de notre expérience et de notre compétence à parler et à agir à propos de la télévision. La télévision, tout comme notre expérience de téléspectateur, doivent devenir un objet de savoir, de connaissance et d'action.

En mars 1991, 86% des enseignants québécois reconnaissaient que la télévision, par les valeurs nouvelles qu'elle véhicule et par les modèles sociaux qu'elle propage, a une influence plus grande sur les jeunes que l'école (sondage CEQ-CROP). Qu'en est-il par rapport aux vies de famille actuelles ? Qu'en est-il de la télévision dans nos propres vies d'adultes ?

RÉFÉRENCES

[Retour à la table des matières](#)

ASSOCIATION NATIONALE DES TELESPECTATEURS, "Quelle sorte de téléspectateur êtes-vous?", Magazine Le Téléspectateur, Vol. 11, nos 3-4, Montréal, printemps 1991;

BRETON, Philippe, PROULX, Serge, L'explosion de la communication, la naissance d'une nouvelle idéologie, éd. La découverte/Bo-réal, Paris, 1989;

CHABOT, Marie-France, Pour une réglementation des jouets et des dessins animés guerriers, Pacijou et Association nationale des téléspectateurs, Montréal, 1991;

CONSEIL SUPERIEUR DE L'EDUCATION, Les enfants du primaire, Avis au ministre de l'éducation, Québec, 1989;

de LORIMIER, Jacques, Ils jouent au Nintendo... mais apprennent-ils quelque chose?, Les éditions Logiques/Sociétés, Montréal, 1991;

EN COLLABORATION, La télé, une affaire de famille, revue AUTREMENT, dossier No 36, Paris 1982;

EN COLLABORATION, La communication victime des marchands, Le Monde diplomatique, Manière de voir, No. 3, Paris, novembre 1983;

FALARDEAU, Louis, La publicité dans l'information, l'invasion tranquille, Fédération nationale des communications (CSN), Montréal, juin 1990;

GRÉGOIRE, Réginald, La télévision et les valeurs dans le projet éducatif, Conseil supérieur de l'éducation, Québec, 1978;

LACROIX, Jean-Guy, "L'intrusion dans la vie privée: le point de vue des téléspectateurs", texte ronéotypé, Association nationale des téléspectateurs, Montréal, juin, 1989;

MC LUHAN, Marshall, Pour comprendre les médias, les prolongements technologiques de l'homme, Mame/Seuil, Paris, 1968;

MORIN, Edgar, Pour sortir du XXe siècle, Fernand Nathan, Paris 1981;

PIETTE, Jacques, Une analyse des expériences et des programmes d'éducation aux médias à travers le monde, Association nationale des téléspectateurs, Montréal, 1968;

PIETTE, Jacques, Programme d'éducation critique à la télévision, Association nationale des téléspectateurs, Montréal, 1986

POSTMAN, Neil, Se distraire à en mourir, Flammarion, Paris, 1986;

TREMBLAY, Henri, Marie-Hélène et Jean-François face à la télévision, l'école, la rue, Ministère des communications, Québec, 1983.

TRUDEL, LINA, (sous la direction de) Les médias et le public canadien, document didactique sur le rôle des médias dans la société et sur la participation du public, Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA), Montréal, avril 1991.