

Sous la direction de
Yves Théorêt, Antoine Char et Margot Ricard

**BORN
IN THE USA**

**LES MÉDIAS
QUÉBÉCOIS
SOUS INFLUENCE?**



Presses
de l'Université
du Québec

**LES MÉDIAS
QUÉBÉCOIS
SOUS INFLUENCE?**

PRESSES DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC
Le Delta I, 2875, boulevard Laurier, bureau 450
Québec (Québec) G1V 2M2
Téléphone : 418-657-4399 ■ Télécopieur : 418-657-2096
Courriel : puq@puq.ca ■ Internet : www.puq.ca

Diffusion / Distribution :

CANADA et autres pays

PROLOGUE INC.
1650, boulevard Lionel-Bertrand
Boisbriand (Québec) J7H 1N7
Téléphone : 450-434-0306 / 1 800 363-2864

FRANCE

AFP-UNIVERSITÉS
SODIS

BELGIQUE

PATRIMOINE SPRL
168, rue du Noyer
1030 Bruxelles
Belgique

SUISSE

SERVIDIS SA
Chemin des Chalets
1279 Chavannes-de-Bogis
Suisse



La *Loi sur le droit d'auteur* interdit la reproduction des œuvres sans autorisation des titulaires de droits. Or, la photocopie non autorisée – le « photocopillage » – s'est généralisée, provoquant une baisse des ventes de livres et compromettant la rédaction et la production de nouveaux ouvrages par des professionnels. L'objet du logo apparaissant ci-contre est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit le développement massif du « photocopillage ».

Sous la direction de

Yves Théorêt, Antoine Char et Margot Ricard

LES MÉDIAS QUÉBÉCOIS SOUS INFLUENCE?

2009



Presses de l'Université du Québec

Le Delta I, 2875, boul. Laurier, bur. 450
Québec (Québec) Canada G1V 2M2

*Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales du Québec
et Bibliothèque et Archives Canada*

Vedette principale au titre :

Les médias québécois sous influence ? : born in the USA

Textes présentés lors d'un colloque organisé par l'École des médias de l'UQAM
et tenu à l'Université du Québec à Montréal les 4 et 5 avril 2007.

Comprend des réf. bibliogr. et un index.

ISBN 978-2-7605-1602-1

1. Médias – Québec (Province) – Congrès. 2. Médias américains – Québec (Province) –
Congrès. 3. Médias – Influence – Congrès. 4. Culture populaire – Québec (Province) –
Influence américaine – Congrès. I. Théoret, Yves, 1960- . II. Char, Antoine, 1950- .
III. Ricard, Margot. IV. Université du Québec à Montréal. École des médias.

P92.C3M42 2009

302.2309714

C2008-942107-8

Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada
par l'entremise du Programme d'aide au développement
de l'industrie de l'édition (PADIE) pour nos activités d'édition.

La publication de cet ouvrage a été rendue possible
grâce à l'aide financière de la Société de développement
des entreprises culturelles (SODEC).

Mise en pages : INFOSCAN COLLETTE-QUÉBEC

Illustration de la couverture : PIERRE GUIMOND

1 2 3 4 5 6 7 8 9 PUQ 2009 9 8 7 6 5 4 3 2 1

Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés

© 2009 Presses de l'Université du Québec

Dépôt légal – 1^{er} trimestre 2009

Bibliothèque et Archives nationales du Québec / Bibliothèque et Archives Canada
Imprimé au Canada



REMERCIEMENTS

Les auteurs remercient tous ceux et celles qui ont participé à la seconde Annuelle de l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal (UQAM).

Ils remercient également de leur appui financier la Chaire René-Malo en cinéma et en stratégies de production culturelles de l'UQAM, la Chaire UNESCO-Bell en communication et développement international de l'UQAM, la Société Radio-Canada, le magazine *Sélection du Reader's Digest*, le Réseau de télévision TQS, la Faculté de communication et la direction de l'UQAM.

Un merci tout particulier va à Catherine Dumais, Chantal Morin et Claudine Tremblay qui ont participé à la réalisation de cet ouvrage.



TABLE DES MATIÈRES

VII Remerciements

1 Introduction

5 L'École des médias de l'Université du Québec à Montréal

Une entrevue avec le directeur de l'École des médias, monsieur Yves Théorêt, par le comédien et animateur Raymond Cloutier

L'hyperpuissance

11 CHARLES-PHILIPPE DAVID – L'hégémonie américaine

17 CLAUDE-YVES CHARRON – Quatre transformations dans le grand jeu de la balance du pouvoir dans le difficile dialogue de part et d'autre de la route de la soie entre Beijing et Washington

27 FRÉDÉRIC NICOLOFF – Le monde arabo-musulman

31 Période de questions

La communication républicaine

39 JEAN-PIERRE BOYER – Thomas Paine et la communication républicaine

47 RENÉ-JEAN RAVAUULT – « Le Québec libre » sous influences ?

61 Période de questions

Les médias américains

- 67 JOHN R. MACARTHUR – Les médias américains :
le point de vue d'un Américain
- 71 RICHARD HÉTU – Les médias américains :
le point de vue d'un Québécois
- 75 Période de questions

L'expérience culturelle

- 81 ISABELLE MAHY – Le cas du Cirque du Soleil
- 87 CHARLES PERRATON – Disney et l'expérience culturelle
- 99 ROBERT GOYETTE – *Le Sélection du Reader's Digest*
- 103 Période de questions

La télévision en crise : le retour des Américains ?

- 109 THÉRÈSE DAVID
- 113 LUC WISEMAN
- 115 FLORIAN SAUVAGEAU
- 121 VINCENT LEDUC
- 123 Période de questions

Travailler à l'américaine

Animation : Raymond Cloutier

- 129 PIERRE-YVES BERNARD, HUGO DUMAS, MICHEL RODRIGUE,
PATRICE SAUVÉ – L'influence de la télévision américaine
dans nos séries télévisuelles
- 135 Période de questions
- 137 JEAN-PIERRE BERGERON, HANS FRAIKIN, JEAN LECLERC,
PIERRE MAGNY – Dans le ventre du dragon : travailler
avec les Américains au cinéma, c'est comment ?
- 141 Période de questions

- 143 **Conclusion**

INTRODUCTION

Le thème, les paroles et la mélodie sont évocateurs et connus dans le monde. La chanson *Born in the U.S.A.*, de Bruce Springsteen¹, rappelle les grandeurs et, surtout, les misères d'une des plus grandes et vieilles démocraties au monde, les États-Unis d'Amérique. *Born in the U.S.A.*, évoque également l'hyperpuissance sur les plans politique, militaire et économique.

Born in the U.S.A., c'est aussi l'histoire d'un des plus grands producteurs de biens culturels au monde. Les séries télévisées *Six Feet Under* (*Six pieds sous terre*) et *The Sopranos* (*Les Soprano*) de la chaîne Home Box Office (HBO), *Desperate Housewives* (*Beautés désespérées*) d'ABC sont connues de par la planète. Comment échapper au cinéma américain, à son *star system*, à Brad Pitt et à Angelina Jolie? Qui, sur cette terre, n'a jamais entendu parler du Watergate, de O.J. Simpson ou de l'affaire Monica Lewinsky?

De nombreuses émissions télévisées américaines sont doublées et diffusées sur les ondes des télévisions canadiennes et québécoises. Qui n'a jamais jeté un coup d'œil aux péripéties de Jack Bauer dans la série *24 heures chrono* de la chaîne Fox présentée en français sur les ondes de Télé-Québec? En 2006, 343 films des 649 présentés dans les salles de cinéma et les cinéparcs du Québec étaient d'origine américaine². Avons-nous su nous tenir à l'écart des superproductions hollywoodiennes à la *Spider Man* ou à la

1. L'album également intitulé *Born in the U.S.A.* (1984) est le septième du chanteur.

2. Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante*, Édition 2007, Québec, gouvernement du Québec, 2007, p. 54.

King Kong? Les pratiques journalistiques de nos médias s'inspirent-elles plus du *Time Magazine* que du *Nouvel Observateur*, de CBS que de France 2? Que dire du prestige planétaire du *New York Times*?

Les Américains exercent un ascendant certain sur notre cinéma, notre télévision et nos médias d'information. Comment cette influence s'exerce-t-elle précisément? Quelles en sont les manifestations? Notre cinéma, notre télévision et nos médias d'information sont-ils sous influence?

En 2007, lors de la seconde édition de son *Annuelle*³, l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) a voulu faire le point sur l'influence qu'exercent les États-Unis sur l'expression culturelle et les médias d'information au Québec. En réunissant des chercheurs et des professionnels du milieu, l'École des médias a voulu démontrer comment les États-Unis influencent notre culture, mais comment, aussi, les cultures canadienne et québécoise, et leurs représentants, peuvent être en mesure de tirer leur épingle du jeu et mettre en doute l'idée d'une homogénéisation culturelle américaine de la planète.

L'événement *Born in the U.S.A. : les médias québécois sous influence?* a été accessible au grand public pendant plus d'une année sur le site Web de l'École des médias. Il a aussi été diffusé à plusieurs reprises sur la chaîne Cable Public Affairs Channel (CPAC). En raison de l'intérêt exprimé, nous avons pensé regrouper les conférences présentées lors de l'événement dans un livre susceptible d'être utile à ceux et celles qui s'intéressent à la question. Les textes présentés dans ce manuscrit sont des transcriptions intégrales des propos tenus. Les modifications apportées visent essentiellement à faciliter la lecture.

La seconde édition de l'*Annuelle* de l'École des médias comportait six volets qui se sont déroulés sur deux journées complètes. Ces volets sont:

- ◆ L'hyperpuissance
- ◆ La communication républicaine
- ◆ Les médias américains
- ◆ L'expérience culturelle
- ◆ La télévision en crise: le retour des Américains
- ◆ Travailler à l'américaine:
 - L'influence de la télévision américaine dans nos séries télévisuelles
 - Dans le ventre du dragon: travailler avec les Américains au cinéma, c'est comment?

3. L'*Annuelle* est un événement organisé chaque année par les professeurs, le personnel et les étudiants de l'École des médias. Il traite de différents sujets portant sur la culture, les communications et les médias.

■ L'hyperpuissance

Les États-Unis peuvent mériter à très juste titre le qualificatif d'hyperpuissance. Dominants sur les plans politique, économique, militaire et culturel, les États-Unis doivent maintenant faire face à d'autres géants susceptibles de contester leur suprématie. Dans sa présentation, le professeur Charles-Philippe David rappelle les caractéristiques de l'hégémon américain et dresse un portrait de son évolution sous la présidence de George W. Bush. Pour sa part, le professeur Claude-Yves Charron fait valoir le rôle grandissant de la Chine sur l'échiquier mondial et les différentes stratégies d'affrontement ou d'accommodement envisagées à l'égard de l'hyperpuissance américaine. Enfin, le journaliste Frédéric Nicoloff traite du monde arabo-musulman et des défis qu'il pose pour l'Occident.

■ La communication républicaine

Les professeurs Jean-Pierre Boyer et René-Jean Ravault rappellent tour à tour, mais chacun à leur manière, l'histoire de la diffusion des idées démocratiques en Amérique et l'utilisation de la communication pour édifier la république. La communication républicaine, estiment-ils, est aujourd'hui en danger et mérite toute notre attention de citoyens.

■ Les médias américains

Invités à commenter l'indépendance des médias aux États-Unis, le président et éditeur de la revue américaine *Harper's Magazine*, John R. MacArthur, et le journaliste et correspondant de *La Presse* aux États-Unis, Richard Héту, font une analyse critique de la situation, surtout après les attentats terroristes du 11 septembre 2001 et l'intervention militaire américaine en Afghanistan et en Irak.

■ L'expérience culturelle

Les professeurs Isabelle Mahy et Charles Perraton, ainsi que le vice-président et rédacteur en chef du *Sélection du Reader's Digest*, monsieur Robert Goyette, abordent trois expériences culturelles significatives à la fois au Québec et aux États-Unis: le Cirque du Soleil, Disney et le magazine *Sélection du Reader's Digest*.

■ La télévision en crise: le retour des Américains?

La télévision vit de profonds bouleversements. La consultante en communication Thérèse David, le président de la maison de production Avanti Ciné Vidéo, Luc Wiseman, le professeur Florian Sauvageau et le vice-

président à la production et producteur exécutif de l'entreprise Zone 3, Vincent Leduc, traitent des différents problèmes qui confrontent la télévision québécoise et proposent quelques pistes de solutions.

■ Travailler à l'américaine

Enfin, diffusée sur les ondes de la radio de la Société Radio-Canada, qui nous en a cédé gracieusement les droits, l'émission *Tour de piste*, animée par le comédien Raymond Cloutier, a réuni en première heure, sous le thème «L'influence de la télévision américaine dans nos séries télévisuelles», le chroniqueur de *La Presse* Hugo Dumas, le réalisateur Patrice Sauvé, le président et chef de la direction de l'entreprise Distraction Formats, Michel Rodrigue, et le scénariste Pierre-Yves Bernard pour discuter de l'influence des Américains sur la télévision québécoise.

En deuxième heure d'émission, sous le thème «Dans le ventre du dragon : travailler avec les Américains au cinéma, c'est comment?», l'animateur Raymond Cloutier a convié les comédiens Jean-Pierre Bergeron et Jean Leclerc, le premier assistant réalisateur Pierre Magny et le commissaire au Bureau du cinéma et de la télévision du Québec, Hans Fraikin, à présenter la réalité du travail avec les Américains.

Yves Théorêt

L'ÉCOLE DES MÉDIAS DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

Une entrevue avec le directeur de l'École
des médias, monsieur Yves Théorêt, par
le comédien et animateur Raymond Cloutier

Bonsoir et bienvenue à *Tour de piste*¹. Ce soir, une édition toute spéciale de *Tour de piste*, enregistrée devant public, à la Salle Marie-Gérin Lajoie, à l'occasion du Colloque de l'École des médias de l'UQAM.

Le thème, cette année, nous a séduits, *Born in the U.S.A. : les médias québécois sous influence*? Volontairement provocateur, ce thème traduit une réalité, des inquiétudes et, aussi, une prise de conscience de notre fragilité. Nous ne sommes pas les seuls à vivre cette influence, mais la proximité nous rend vulnérables au plus grand producteur de biens culturels au monde alors que notre différence historique et surtout linguistique nous isole et nous retient de nous y fondre.

Pour amorcer cette réflexion sur l'influence américaine, nous avons demandé à monsieur Yves Théorêt, professeur et directeur de l'École des médias, de nous expliquer en quoi consiste cette école.

ANIMATEUR: Merci de nous accueillir dans votre antre. Pas l'antre du dragon, j'espère. Alors, qu'est-ce que c'est que cette École des médias?

YVES THÉORÊT: L'École des médias a été créée en 2005 à la suite de la restructuration du Département des communications de l'UQAM, lequel comptait une cinquantaine de professeurs. Nous évoluions tantôt en relations humaines, tantôt en psychosociologie de la communication, en relations publiques, et il y avait un groupe dans

1. L'émission *Tour de piste* était diffusée à la radio française de la Société Radio-Canada au moment de l'Annuelle. Elle s'intéressait particulièrement aux arts de la scène.

ce département intéressé davantage par le cinéma, le journalisme, les médias interactifs, les stratégies de production culturelle et la télévision. L'École des médias regroupe maintenant ces cinq programmes.

ANIMATEUR: Pas de radio ?

YVES THÉORÊT: La radio est en développement. Nous l'avons abandonnée il y a quelques années car la demande n'y était plus. Maintenant, on assiste à une recrudescence de l'intérêt.

ANIMATEUR: Cette Annuelle, on sait que c'est la deuxième année, alors elle consiste en quoi ? Ce sont des étudiants qui montent ce projet, ce sont les professeurs, la direction ?

YVES THÉORÊT: L'Annuelle, ce sont les professeurs, les étudiants, la direction et aussi la faculté. L'Annuelle nous permet de faire le point chaque année sur un sujet d'actualité. L'an dernier, c'était la qualité du français dans les médias, mais c'était aussi une occasion pour nous de montrer au public les réalisations des étudiants.

ANIMATEUR: Alors, pourquoi prendre ce titre de chanson de Springsteen, *Born in the U.S.A.*, comme thématique ?

YVES THÉORÊT: Vous l'avez dit plus tôt, pour provoquer. Provoquer parce qu'il est certain que tous les jours nous subissons l'influence américaine, que ce soit dans nos médias d'information ou à la télévision. Lorsqu'on regarde notre télévision, on peut penser qu'il y a plus d'émissions américaines aujourd'hui qu'il y a quelques années.

ANIMATEUR: Cette influence, on la subit ou on la désire ? Est-ce qu'elle est néfaste ou bénéfique ? Il n'y a pas de connotation négative lorsque vous avez choisi le thème ?

YVES THÉORÊT: Non. Il est normal de s'influencer entre voisins. Je dirais même que cette influence nous a permis de faire des choses et, surtout, de tirer notre épingle du jeu et d'affirmer chaque fois notre spécificité. On l'a fait dans nos téléromans, on l'a fait dans nos séries lourdes, on l'a fait au cinéma, et avec beaucoup de succès. Il n'en demeure pas moins que nous habitons à côté d'un des plus grands producteurs de biens culturels au monde.

ANIMATEUR: En terminant, pour que je puisse bien comprendre, cette école s'adresse surtout à des théoriciens, à des praticiens, à des gens qui réfléchissent là-dessus, ou si vous formez les futurs communicateurs dans nos médias?

YVES THÉORÊT: Nous voulons, à l'École des médias, assurer un équilibre entre la théorie et la pratique. Nous avons l'ambition de former des réalisateurs, par exemple, qui sont également informés des grandes théories en médias et en communications. Alors les gens formés à l'École des médias, et qui se retrouveront probablement à Radio-Canada, pourront dire: «Oui, nous avons entendu parler de Herbert Marshall McLuhan et nous savons également faire de la réalisation en cinéma et en télévision.»

ANIMATEUR: L'émission *Tour de piste* est très heureuse de participer à cette Annuelle et je vous remercie beaucoup de nous accueillir dans ce colloque. Merci, Yves Théorêt.



L'HYPERPUISSANCE

■ **Charles-Philippe David**
L'hégémonie américaine

■ **Claude-Yves Charron**
*Quatre transformations dans le grand jeu
de la balance du pouvoir dans le difficile dialogue
de part et d'autre de la route de la soie
entre Beijing et Washington*

■ **Frédéric Nicoloff**
Le monde arabo-musulman

Période de questions

■ L'HÉGÉMONIE AMÉRICAINE

CHARLES-PHILIPPE DAVID

Professeur, Département de science politique, Université du Québec à Montréal
Directeur, Observatoire sur les États-Unis de la Chaire Raoul-Dandurand
en études stratégiques et diplomatiques à l'Université du Québec à Montréal

Nous serons tous d'emblée d'accord avec l'idée que traiter de ce thème en vingt minutes requiert un peu de gymnastique. C'est un sujet sur lequel beaucoup a été dit et écrit, et qui continue de passionner les publics. Que l'on soit d'accord ou non avec elle, cette hégémonie américaine est bel et bien réelle.

Avant d'aborder les trois principaux messages que je veux vous communiquer, j'aimerais peut-être tout d'abord faire une distinction fondamentale entre l'hégémonie, ou une politique hégémonique, et l'empire et, disons, une politique impériale. Soyons clairs sur l'usage des termes : l'empire et l'impérialisme consistent en un contrôle direct du territoire et de ses habitants de la part de l'hyperpuissance. En ce sens, les politiques impériales ont toujours été associées à un bon nombre de très grandes puissances qui ont marqué le cours de l'histoire.

Mon premier message est donc lié à cette distinction entre hégémonie et impérialisme. En effet, la politique des États-Unis correspond-elle exactement à une politique impériale? Ou, plutôt, les États-Unis mènent-ils davantage une politique hégémonique et, dans ce cas, que signifie exactement cette expression? En fait, elle implique un contrôle indirect sur les sujets et sur le système international, qui n'inclut pas nécessairement le contrôle des territoires. Il n'y a donc pas de forme directe de contrôle, tel qu'on le retrouve avec une politique impériale, mais davantage un contrôle du système international. Le cas irakien l'illustre parfaitement.

Le sujet que l'on m'a demandé de traiter à l'occasion de la seconde édition de l'Annuelle de l'École des médias est donc tout à fait pertinent.

Je pense que, sous les années « Bush », la politique hégémonique américaine est progressivement devenue une politique impériale qui a connu son lot de tribulations et d'échecs, notamment avec l'Irak, avant de s'effacer à nouveau pour rendre sa place originelle à une politique historiquement plus conforme au rôle de l'hyperpuissance américaine. Si bien que nous allons pouvoir dire que, durant les bientôt huit années de l'administration « Bush », les États-Unis seront passés d'un rôle d'hégémon à un rôle plus impérial, pour revenir maintenant à leur rôle traditionnel d'hégémon.

En effet, les tribulations de la présidence « Bush » nous montrent à quel point il est extrêmement difficile pour les États-Unis de mener une politique impériale. Pour toutes sortes de raisons, les événements du 11 septembre 2001 ont réveillé un géant américain qui, frappé en son cœur, a voulu, avec un certain esprit de vengeance, réaffirmer son statut de superpuissance, notamment dans le domaine militaire. Les interventions américaines en Afghanistan, puis en Irak, ont été soulignées par beaucoup d'observateurs comme l'expression ou la volonté états-unienne de mener une politique résolument impériale. Nous avons associé, avec raison, ce désir au mouvement néoconservateur pour qui l'impérialisme n'est pas nécessairement quelque chose de mauvais.

Or, l'échec en Irak – on peut s'en féliciter sur ce seul plan – consacre toutes les limites, l'arrogance, d'une politique dite impériale, au seuil ou à l'aube des années 2000. D'ailleurs, même les néoconservateurs font leur *mea culpa* et déclarent que les politiques et les moyens mis en œuvre par l'administration Bush ne permettent pas de mener une politique impériale. Ils sont devenus eux-mêmes très critiques envers ce président.

Si bien que l'on peut remarquer une certaine inflexion entre le premier mandat de l'administration Bush et son second mandat, si l'on exclut l'Irak où il y a plutôt continuité que discontinuité. Même le résolu George W. Bush doit quand même consentir quelques accommodements, quelques éléments de flexibilité sur le plan diplomatique, et revenir à une position plus réaliste et moins impériale.

Cependant, je ne crois pas que ce parcours, si l'on peut le qualifier ainsi, d'hégémon à empire, puis d'empire à hégémon, se fera extrêmement rapidement. Le ou la légataire de l'administration Bush héritera à n'en pas douter d'une politique étrangère et de défense obéissant à des visées impérialistes.

En effet, l'obstination de George W. Bush sur ce plan – pensons notamment à son entêtement dans la guerre en Irak – est frappante aux yeux des observateurs. Depuis trois ou quatre mois, plusieurs possibilités lui ont été offertes de se défaire de cette volonté impériale, trouver une issue diplomatique aux problèmes irakiens, refaire le consensus chez les

élites politiques américaines et rétablir une certaine paix politique avec le Congrès. Or, chaque fois qu'une ouverture s'est faite, et je pense notamment à la commission Baker Hamilton¹, le président Bush s'est obstiné à décliner poliment l'invitation qui lui était faite d'opérer des changements qui ramèneraient la politique extérieure américaine à un rôle un peu plus classique. Je pense qu'on peut expliquer cela par deux raisons : d'abord, l'entêtement de ce président, qui étonne toujours les analystes en prise de décision, puis la volonté très présente, chez Bush, de marquer l'histoire comme le président qui aura su remporter, malgré l'heure mauvaise, l'opinion publique américaine. Aujourd'hui pourtant, soixante-dix pour cent de cette même opinion publique s'oppose à ce président, à la politique extérieure qu'il mène et, pourrait-on dire par ricochet, à cette volonté impériale que Bush voulait mener.

Peut-être, s'inspirant du cas de Harry Truman au début des années 1950, George Bush veut-il que l'histoire se souvienne qu'il a eu raison ? Ce sentiment d'avoir raison me paraît en effet assez frappant chez lui, comme on peut le voir dans un tas de dossiers qui marquent présentement l'actualité américaine, tel celui de sa confrontation, quand même assez sévère, avec Nancy Pelosi, le leader législatif au Congrès.

Je pense enfin, sur ce premier point, que l'issue de la guerre en Irak va consacrer la défaite totale de cette volonté impériale. Du moins, même si personne ne peut prédire la manière dont cette guerre sera conclue, je pense qu'elle va entraîner un certain désengagement américain de la scène internationale et qu'elle souligne déjà l'affaiblissement de la position américaine dans le monde.

Il faudra cependant voir si, une fois les troupes américaines retirées d'Irak, ce qui devrait avoir lieu quelque part entre 2008 et 2010, Bush laissera ce cadeau empoisonné à son successeur ou à sa successeuse. La manière dont les États-Unis se retireront d'Irak et ce qui arrivera au pays ensuite créeront pour longtemps, peut-être un peu comme le Vietnam, un certain syndrome, et pénalisera la politique extérieure américaine et le rôle des États-Unis dans le monde bien au-delà de « la période Bush ».

Il est donc très difficile de prédire exactement quel sera le statut des États-Unis dans les années à venir à cause de ces dossiers. Mais je pense que, si l'on voit déjà sous Bush un affaiblissement de la position américaine et de la volonté impériale, ce mouvement risque peu d'être contredit par le successeur du président actuel à la Maison-Blanche.

1. Le rapport de la commission, présenté en décembre 2006, par l'ancien secrétaire d'État James Baker et l'ancien congressiste démocrate Lee Hamilton, dresse un bilan négatif de la position américaine en Irak et conclut à l'échec de la politique du président Bush.

Le deuxième message que je voulais transmettre concerne l'ossature de l'hégémonie américaine. Là-dessus, j'ai trop vu ces vingt dernières années de prophéties et de prophètes se casser le nez en annonçant, les uns, le renouvellement de la vigueur de l'hégémonie américaine, les autres, le déclin de l'hégémon ou de l'empire. Je pense qu'il faut être très prudent sur la manière dont on mesure cette hégémonie. Si l'on observe les données, on peut arriver à des conclusions très différentes selon qu'on analyse les plans économique, technologique, militaire et stratégique, ou diplomatique. Il paraît évident, par exemple, qu'aux niveaux économique et commercial cette hégémonie s'est nettement affaiblie au cours des dernières années. Plusieurs estiment, sans doute avec raison, que la Chine deviendra au milieu de ce siècle une compétitrice importante, féroce peut-être, des États-Unis. Cela ne fait en tout cas aucun doute sur le plan économique. Actuellement, les États-Unis comptent pour à peu près 20 à 25 % leur part du PIB (produit intérieur brut) à l'échelle mondiale. La Chine s'en rapproche à très grands pas et sera donc probablement le concurrent le plus sérieux des États-Unis. Sur les plans économique et commercial, on pourrait dire que le monde est multipolaire. Cela est beaucoup moins vrai sur les autres plans que j'ai rapidement énumérés. Sur le plan technologique, par exemple, il n'en demeure pas moins que les États-Unis restent la principale puissance dans le domaine de la recherche et du développement. Concernant le domaine de l'industrie culturelle, les autres conférenciers de ce panel s'y connaissent beaucoup mieux que moi et pourront commenter ce sujet, mais il est très clair que les États-Unis demeurent un fer de lance en la matière.

Enfin, sur les plans stratégique et militaire – sujets que je connais le mieux –, cette hégémonie ne fait aucun doute. Elle n'est évidemment pas garante de sécurité et de succès, étant d'ailleurs même probablement à l'origine d'un effet de *boomerang* qui touche en retour les acteurs dits asymétriques. Par exemple, les groupes terroristes sont conscients de la vulnérabilité et de la faiblesse des États-Unis, malgré leur très grande puissance militaire, que ceux-ci parviennent difficilement à contrer. Néanmoins, il reste que la domination américaine dans les domaines militaire et stratégique est absolument inégalée dans l'histoire. C'est d'ailleurs bien pour cela que l'on parle tous les jours d'un bon nombre de dossiers sur lesquels on redoute la superpuissance américaine, je pense à l'Iran par exemple. On le dit très souvent, les dépenses des États-Unis en matière de défense représentent pratiquement 50 % des dépenses mondiales dans ce domaine. Il y a donc deux planètes sur le plan des dépenses militaires : la planète états-unienne et le reste du monde ; les deux étant à égalité. Si l'on pense aux capacités d'intervention militaire, notamment d'intervention aéroportée, la domination des États-Unis est énorme. Le budget militaire aujourd'hui, celui qui a été mis en place depuis le 1^{er} octobre 2007, va avoisiner les

500 milliards de dollars. Il faut y ajouter les 125 milliards de crédits spéciaux destinés à combattre en Irak et en Afghanistan. Si l'on parle de sécurité intérieure, on peut encore ajouter entre 40 et 50 milliards de dollars pour le nouveau ministère, créé en 2002 et regroupant un certain nombre d'entités qui existaient déjà, mais qui bénéficient désormais d'un plus grand financement en raison de la lutte contre le terrorisme. La communauté du renseignement, composée d'une quinzaine d'agences, récolte, elle aussi, une quarantaine, voire une cinquantaine, de milliards de dollars. Enfin, vous pouvez ajouter des bricoles qui, pour des bricoles, coûtent cher. Les armes nucléaires, financées par le ministère de l'Énergie, atteignent environ 12 milliards de dollars U.S., ce qui correspond, en passant, à la totalité du budget de défense du Canada. Le ministère des Vétérans va devenir un ministère de jeunes vétérans, parce que l'Irak renvoie des jeunes, amputés des bras et des jambes, qui vont coûter très cher au Trésor américain, le coût projeté étant de 60 milliards de dollars. Si l'on additionne tout cela, on réalise que le budget dans le domaine de la sécurité est bien plus proche de 800 milliards de dollars par année que des 700.

Sur ce plan, les plus proches compétiteurs ou concurrents des États-Unis sont la Chine, le Japon, la France, la Grande-Bretagne et la Russie, qui consacrent tous entre 40 à 60 milliards de dollars à la sécurité. On est donc bien loin du budget états-unien. Néanmoins, faut-il le répéter, ceci n'est pas une garantie de sécurité et n'exprime que la volonté de faire croire à une domination impériale. J'ai précédemment donné quelques exemples d'hégémonie dans mon domaine qui sont, à mon avis, assez marquants.

Pour terminer, j'aborderai très rapidement mon troisième point. La guerre en Irak, mais aussi d'autres éléments comme la Corée du Nord, l'Iran, le droit international, la position des Américains face aux institutions internationales et, surtout, l'affaiblissement du multilatéralisme dans la diplomatie américaine qui ont provoqué et continuent de provoquer, à mon avis, ce qu'on pourrait appeler très gentiment un « rééquilibrage souple » des puissances sur la scène internationale. Pourquoi certains auteurs évoquent-ils cette notion de souplesse ? Ce rééquilibrage ne se fait pas et ne se fera pas, comme il s'est fait traditionnellement, à la dure ; c'est-à-dire par des affrontements stratégiques ouverts et déclarés. Autrement dit, pour revenir à la relation États-Unis/Chine, je pense qu'il est prématuré de déclarer qu'il y aura inévitablement au milieu du siècle un affrontement militaire entre les deux pays. Pour autant, personne ne peut écarter cette éventualité, par rapport à la question de Taiwan. Il reste qu'un tel rééquilibrage souple entre grandes puissances est beaucoup plus probable. Qu'entends-je par souple ou souplesse ? Toutes les formes de rééquilibrage qui ne passent pas par des affrontements directs sur les plans diplomatique, économique, technologique, ou de la recherche. L'Irak nous a bien montré les résultats

qui découlent de cette volonté de rééquilibrage. On le voit par exemple en Russie, face aux volontés américaines de déployer la défense antimissile en Europe. En Chine aussi, la position américaine sur un certain nombre de dossiers allant du Soudan à l'Iran en passant par la Corée du Nord force les États-Unis à infléchir leur politique ou encore à consentir à une forme de multilatéralisme qui n'est évidemment pas toujours privilégiée par la Maison-Blanche. On le voit aussi avec l'Union européenne. Quant au Canada, la question y reste ouverte, mais ce rééquilibrage souple entérine plusieurs choses.

Premièrement, la position diplomatique américaine – ce qu'on a appelé le « *soft power* » ou la « puissance douce » – s'est affaiblie. Toutes les statistiques montrent que l'antiaméricanisme est extrêmement fort. Il ne vise pas forcément les Américains, mais plutôt George W. Bush et le gouvernement des États-Unis. Dans tous les sondages d'opinion des trois ou quatre dernières années, il n'y a guère qu'une poignée de pays dans lesquels la majorité de l'opinion publique considère que les États-Unis jouent toujours un rôle constructif et positif sur la scène internationale.

Deuxièmement, dans un contexte de rééquilibrage souple, je pense qu'il va être de plus en plus difficile pour la diplomatie américaine de mener seule, et de manière unilatérale, des politiques telles que celle qu'elle a menée en Irak. On le voit de manière assez claire dans les dossiers nord-coréen et iranien.

Enfin, il y a une troisième possibilité dans ce rééquilibrage souple qui n'est pas à négliger : la tentation de repli. Sans aller jusqu'à parler d'« isolationnisme », parce qu'il est impossible aujourd'hui pour les États-Unis d'être isolationnistes, on peut imaginer qu'ils seront tentés de revenir sur une position plus sûre, en s'engageant moins sur la scène internationale. Je ne dirai pas que cette option soit exclue dans le prochain document de la Maison-Blanche.

Pour résumer, les États-Unis risquent donc, dans la foulée de l'Irak, de vouloir revenir sur une position plus classique, plus historique. Cela consacrerait un certain repli sur soi et leur permettrait de faire face à un rééquilibrage des puissances sur la scène internationale qui n'est pas toujours à leur avantage. Dans le même temps, cela préserverait leur statut d'hégémon, notamment sur le plan militaire, et leur laisserait la possibilité de juger seuls de l'importance des enjeux et de la nécessité d'une intervention unilatérale.

Ce que je vous dis n'est donc pas très choquant ni très original. Mais, c'est, à mon avis, l'analyse la plus rigoureuse que je puisse vous proposer sur le thème de l'hégémonie américaine en 2007.

■ QUATRE TRANSFORMATIONS DANS LE GRAND JEU DE LA BALANCE DU POUVOIR DANS LE DIFFICILE DIALOGUE DE PART ET D'AUTRE DE LA ROUTE DE LA SOIE ENTRE BEIJING ET WASHINGTON

CLAUDE-YVES CHARRON

Professeur, École des médias, Université du Québec à Montréal
Vice-recteur, Services académiques et développement technologique,
Université du Québec à Montréal

« Penser la communication à partir de l'international apparaît, aujourd'hui, essentiel », écrivait Mattelart, dans son essai *La communication-monde*¹. Cet impératif méthodologique me semble, aujourd'hui plus que jamais, nécessaire tant à l'École des médias que dans tous les milieux consacrés à l'analyse de la diplomatie ou des relations internationales.

C'est toujours avec beaucoup de respect, de modestie et de prudence que je tente la moindre analyse de discours sur le difficile dialogue diplomatique de part et d'autre de la route de la soie, et sur les différents ordres de discours concernant les transformations de l'appareil d'administration publique chinois, aux prises avec des enjeux et des contraintes de développement pour une population qui atteindra bientôt 1,3 milliard d'habitants, et sur ses stratégies de développement endogène et exogène. Avec ou sans passage de la flamme olympique, ce dialogue s'avère, quelles que soient les administrations en place, parfois très tendu.

C'est donc avec énormément de respect, mais de distance critique aussi, qu'il nous faut tenter d'analyser les différents ordres de discours en présence: il ne faudrait pas aujourd'hui reproduire les erreurs qui furent commises à l'Ouest, lors de la Révolution culturelle, où, prisonniers de la rhétorique dominante à l'avant-scène, plusieurs experts et stratèges ont vanté, pendant plus de dix ans, le « miracle de la révolution culturelle ». Lorsque l'information sur l'arrière-scène fut accessible, quelques années plus tard, le miracle perdit des plumes, les stratèges aussi.

1. A. Mattelart, *La communication-monde: histoire des idées et des stratégies*, Paris, La Découverte/Poche, coll. « Sciences humaines et sociales », 1999, p. 8.

Permettez-moi de partager informellement avec vous quelques éléments d'une réflexion toute personnelle, non pas dans le genre de l'art de la thèse, mais à un niveau plus personnel, comme observateur de ce dialogue depuis plus de trente ans, en prenant comme point d'ancrage privilégié, comme ancien étudiant de doctorat de Foucault², lors de son séjour à Montréal, quelques recadrages et quelques éléments de discontinuités au sein des différents ordres du discours en présence.

Tenter de suivre cette approche de l'analyse de ces recadrages et discontinuités discursives... plutôt que d'entrer de façon systématique dans un discours dominant qui répond nécessairement à la logique d'intérêt d'une perspective spécifique... Très difficile. Surtout pendant quelques instants. Mais l'analyse critique exige peut-être ce type d'approche et de distanciation...

Le premier point de méthode que Foucault exigeait, au début de toute analyse discursive, était d'identifier, pour un motif rhétorique, ou pour une métaphore, ses différents recadrages, les différentes discontinuités ou incohérences au sein des différents ordres de discours en présence... car, pour lui, ces différentes transformations étaient au cœur du travail de tentative d'influence du pouvoir, à l'avant-scène comme à l'arrière-scène.

Cette porte d'entrée, ce « *focus* » sur les recadrages et sur les discontinuités, était sans doute sa façon de faire un peu comme Kuhn³, prenant comme point d'ancrage des « énigmes », ce qui lui permettait d'éviter de demeurer prisonnier des modes, des paradigmes dominants et de construire progressivement son analyse critique.

Nous avons ici différents ordres du discours : à l'avant-scène, des discours d'ordre politique, diplomatique, journalistique, ou encore, à l'arrière-scène, des discours de grandes agences militaires et de sécurité.

Comme toile de fond de ces quelques éléments de réflexion sur ces énigmes, sur ces éléments de discontinuité, permettez-moi d'utiliser, comme métaphore d'ensemble, celle de quelques variations autour du difficile pas de deux diplomatique, dans ce jeu de négociation et de positionnement du pouvoir et du contre-pouvoir, un pas de deux qui traverse différentes saisons, différents degrés de tension ou d'accommodement raisonnable au sein des différents ordres du discours, à l'avant-scène comme à l'arrière-scène, quelles que soient les administrations en présence, face à ce que nous aborderons, dans notre deuxième variation, sous le thème du « grand jeu de la balance du pouvoir ».

2. Michel Foucault, philosophe français, est né en 1926 et est décédé en 1984.

3. Thomas Samuel Kuhn, philosophe et historien américain, est né en 1922 et est décédé en 1996.

■ **PREMIÈRE TRANSFORMATION :**
**Un pas de deux conduisant à un conflit militaire, bilatéral,
 entre la Chine et les États-Unis ?**

Il est fascinant de prendre note de l'importance, pour nos perceptions de la Chine, de l'ordre du discours journalistique, car il analyse la mise en scène des autres ordres de discours, parfois avec une approche critique, parfois moins.

L'ouvrage le plus représentatif de la peur américaine de la Chine comme contrepoids au pouvoir américain, au sein de l'univers du discours politique et diplomatique d'une certaine mouvance de droite américaine au cours des dix dernières années, est sans contredit celui rédigé par deux journalistes, un ancien chef de bureau du *Time* à Beijing, Bernstein, et l'ancien correspondant du *Globe and Mail* à Beijing, Munro : *The Coming Conflict with China* (1997).

Il s'agit sans doute de l'un des livres les plus lus non seulement aux États-Unis, mais aussi en Chine (du moins, à l'arrière-scène).

Bernstein et Munro abordent d'entrée de jeu l'ordre du discours militaire, avec en exergue à leur ouvrage cet extrait du discours du lieutenant-général Mi Zhenyu, commandant adjoint de l'Académie des sciences militaires, à Beijing :

En ce qui concerne les États-Unis, pour une période de temps relativement longue encore, il sera d'une absolue nécessité de nourrir sans bruit, mais régulièrement, notre sens de la vengeance... Il nous faut dissimuler nos habiletés, notre puissance, et attendre le moment opportun⁴.

Conclusion de ce moment de la logique d'argumentation : un conflit militaire direct aura lieu, au moment qu'ils jugeront opportun. Fascinant, n'est-ce pas ?

Mais ne s'agirait-il pas ici d'un motif rhétorique traditionnel millénaire, une variante d'une règle de base du premier traité de stratégie militaire au monde, *L'art de la guerre* de Sun Tzu⁵, qui ne conduit pas à la confrontation militaire directe, mais à un jeu de rapport de force bien différent, qui consiste à briser progressivement la résistance de l'ennemi.

Bernstein et Munro citent eux-mêmes cette règle fondamentale de l'art de la guerre, plus tard dans leur essai, sans comprendre qu'elle constitue un peu l'antithèse de leur interprétation d'un conflit militaire direct, bilatéral, imminent.

4. R. Bernstein et R.H. Munro, *The Coming Conflict with China*, New York, Alfred A. Knopf, 1997, p. 3.

5. Sun Tzu, *L'art de la guerre*, Paris, Flammarion, 1999.

Sans comprendre cette approche de la négociation, cette approche du pas de deux diplomatique en présence, confrontant une logique d'argumentation du direct et de l'indirect, très bien analysée par ailleurs par François Jullien dans son essai sur *Confucius face à Socrate*⁶.

■ DEUXIÈME TRANSFORMATION :

Après la menace de la confrontation militaire bilatérale, un difficile pas de deux dans le grand jeu de la balance du pouvoir ?

Dans une autre partie de leur essai, nos deux journalistes amplifient cette menace militaire à un niveau plus global en changeant d'ordre du discours, passant à un niveau stratégique beaucoup plus vaste, analysant ainsi cette transformation fondamentale dans le grand jeu de la balance du pouvoir :

Les États-Unis, pendant plus d'une centaine d'années, ont poursuivi le même objectif stratégique en Asie, soit de prévenir quelque pays que ce soit de dominer cette région. Puisque voilà précisément ce que tente de faire la Chine, les objectifs et les intérêts de la Chine et des États-Unis ne peuvent faire autrement que d'être sur une voie de confrontation, de mener à un conflit direct. Le grand jeu en Asie de l'Est s'avère être le même qu'au XIX^e siècle, celui de la balance du pouvoir, et voici que la Chine émerge comme une menace à l'équilibre délicat qu'ont réussi à établir et à protéger les États-Unis du XIX^e siècle jusqu'à la fin de la Deuxième Guerre mondiale⁷.

Non seulement le conflit ici devient bilatéral, mais il est recadré à un niveau régional et stratégique, avec l'émergence de la Chine comme « une menace à l'équilibre délicat » qu'avaient établi et contrôlé pendant si longtemps les États-Unis.

Le conflit n'est plus militaire, mais il se transforme en compétition pour l'influence politique, diplomatique, économique...

Le conflit ne concerne pas que la Chine, mais aussi le Japon et tous les pays de la région, du XIX^e siècle jusqu'à la fin de la Deuxième Guerre mondiale, d'une part, et dans ce nouvel « âge de turbulence » d'aujourd'hui qu'analysait, hier encore, Greenspan dans son essai intitulé *The Age of Turbulence: Adventures in a New World*⁸, d'autre part.

6. F. Jullien, « Le détour de la parole, ou Confucius face à Socrate », *Philosophie*, vol. 11, n° 44, p. 72-95.

7. R. Bernstein et R.H. Munro, *op. cit.*, p. 5.

8. A. Greenspan, *The Age of Turbulence: Adventures in a New World*, Londres, Penguin, 2007.

■ TROISIÈME TRANSFORMATION :

Un difficile pas de deux dans un « *Flat World* », dans un monde multipolaire, à l'âge des interdépendances et des turbulences ?

Au-delà de ces pas de deux définis en termes de conflit bilatéral imminent, ou de transformation dans le grand jeu de la balance du pouvoir, d'autres motifs rhétoriques traversent les différents ordres de discours et sont commentés au sein de l'ordre du discours journalistique. Sans doute faudrait-il analyser plus avant les forces de la mondialisation, qui vont bien au-delà de tensions bilatérales, dont parlait encore une fois un autre journaliste, et avec éloquence, celui du *New York Times*, Thomas Friedman, dans son essai intitulé *The World is Flat*⁹.

Dans cet essai, les forces en présence sont définies cette fois non plus en termes de conflit, mais en termes d'une dynamique de déplacement du pouvoir et de nouvelles formes d'interdépendance. Des forces du type « *outsourcing* », « *offshoring* » et autres ne réduisent plus ce difficile dialogue à une confrontation bilatérale ou à une analyse des ennemis en présence, mais renvoient à une nouvelle dynamique d'interdépendance conduisant au passage de pays qualifiés jusqu'à hier encore de pays en voie de développement à économies émergentes dans un nouveau monde multipolaire, dont la Chine, l'Inde et le Brésil. Des économies qui ne sont plus seulement là-bas, ailleurs, loin de l'autre côté de la Grande Muraille, mais partout parmi nous.

Dans un article du 9 mars 2007, John Feffer, de l'International Relations Center, procédait à un recadrage important, délaissant le terrain des menaces militaires ou d'espionnage, passant au niveau économique, lorsqu'il écrivait :

La Chine est dorénavant partout parmi nous : sur l'étiquette de votre chandail, sur la très grande majorité des articles de Wal-Mart, sur votre ordinateur, sur le satellite météo qu'elle lançait elle-même en orbite en janvier dernier. À la différence de Britney Spears toutefois, la Chine n'est pas seulement « *ubiquitous* » (partout). Elle est devenue une part essentielle de l'économie internationale¹⁰.

9. T.L. Friedman, *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*, New York, Farrar Strauss & Giroux, 2005.

10. J. Feffer, « China the Indispensable? », dans *Foreign Policy in Focus*, 9 mars 2007.

Pays en voie de développement avec un revenu par habitant de moins de 100,00\$ par année pendant la révolution culturelle, la Chine consacre aujourd'hui, selon la Banque mondiale, la majorité de ses réserves en devises étrangères, soit plus de mille milliards de dollars U.S., à des obligations (la dette obligataire) des États-Unis...

Le Japon et la Chine sont ceux qui, aujourd'hui, détiennent la plupart des obligations de la dette obligataire américaine. Voilà une nouvelle forme d'interdépendance dans le grand jeu de la balance du pouvoir qui pourrait être déterminante, mais qui ne fait partie d'aucun ordre du discours, à l'avant-scène. À l'avant-scène on retrouvera de plus en plus la rhétorique des droits de la personne, mais jamais ou presque, cette nouvelle forme d'interdépendance.

On retrouvera les frustrations et les peurs liées à la délocalisation des entreprises, ou à l'invasion du marché local par les Wal-Mart de ce monde, mais rarement cette nouvelle dépendance, cette transformation économique...

On passe, de ce côté-ci de la route de la soie, d'une rhétorique du conflit qui fut dominante jusqu'au début des années 2000, à l'avant-scène, à une rhétorique centrée sur le manque de respect des droits de la personne, et sur la menace chinoise, définie cette fois non plus en termes de menace militaire, mais en menace économique. C'est le développement accéléré de la Chine qui devient la source, semble-t-il, de tout ce nouvel « âge de turbulence » international, la source de la hausse des prix du pétrole, la source de la crise alimentaire.

De l'autre côté de la route de la soie, on applique ici la règle de l'art de la guerre de Confucius : non pas provoquer une confrontation militaire directe, bien au contraire ; mais bien choisir son moment, et se repositionner, en contrôlant une partie majeure des obligations, de la dette américaine.

Même les débats en cours sur la hausse du taux de change du yuan se heurtent à un paradoxe de taille : car une dévaluation du yuan entraînerait une hausse des prix de tous ces produits qu'importe Wal-Mart partout au sein du marché américain. Et on devra alors les payer plus cher. De nouvelles formes d'interdépendance donc, à plusieurs niveaux. C'est maintenant un Chinois qui est l'économiste en chef de la Banque mondiale. Une autre forme de repositionnement, de réseautage.

Il est fascinant, je crois, de constater la multiplicité des ordres du discours, de même que les transformations délicates qui se déroulent dans le grand jeu des relations internationales dans le monde multipolaire et turbulent d'aujourd'hui.

■ **QUATRIÈME TRANSFORMATION :**
Le passage de la flamme olympique, à l'avant-scène,
et le passage progressif du Consensus de Washington
au Consensus de Beijing ?

J'ai été particulièrement interpellé par les réflexions d'une journaliste et ancienne politicienne d'ici, dans sa chronique du 11 avril 2008, lorsque, dans un texte intitulé « Les guerres olympiques », Lise Payette interprétait les événements en soulevant les questions suivantes :

La flamme olympique a mangé toute une claque cette semaine. À Londres, à Paris, puis à San Francisco, et ça ne fait que commencer. Le mouvement est lancé. Les protestataires veulent que la Chine [...] se tourne sur un yuan et modifie sa politique d'oppression du Tibet. [...]

Pourquoi punir le peuple chinois pour des décisions auxquelles il ne participe pas ? Pourquoi, alors que nous pataugeons dans les brouillards irakien et afghan, demandons-nous aux Chinois d'être justes envers les Tibétains ? N'y a-t-il pas d'autres moyens de faire entendre raison aux dirigeants chinois que ceux que nous utilisons en ce moment ?

Quand nous commencerons à nous demander qui tire profit de ce qui se passe depuis quelques jours, à qui profite l'embarras que nous imposons à la Chine, nous comprendrons qui tire les ficelles politiques et financières en ce moment¹¹.

Oui, il y a d'autres moyens, entre autres avec l'ordre de discours diplomatique. Ce qui est sans raison d'être, en termes de médiation lors de conflits.

Pour illustrer une transformation importante dans le grand jeu de la balance du pouvoir, à l'arrière-scène, abordons ici, en présentant un extrait d'un ordre du discours des responsables des politiques, avec comme événement une discussion au Comité permanent du Sénat du Canada sur les affaires étrangères, cet argument avancé par Paul Evans, sur l'élaboration d'une nouvelle architecture internationale régionale et multilatérale :

Nous voyons déjà plusieurs exemples en Asie d'initiatives intégrant peu à peu les économies et créant de nouvelles institutions qui n'incluent pas les États-Unis, comme le processus du Sommet de l'Asie de l'Est, qui implique la Chine, l'Inde et 14 autres pays.

J'ai l'impression que nous assistons à l'émergence d'univers parallèles. Plusieurs de nos amis en Asie parlent maintenant d'un Consensus de Beijing qui remplace progressivement le Consensus de Washington qui était à la base d'institutions comme le FMI et la Banque mondiale.

11. L. Payette, « Les guerres olympiques », dans *Le Devoir*, 11 avril 2008, p. A-9.

Cela semble extraordinaire ou incroyable que la superpuissance soit peu à peu exclue, et que de plus en plus de pays créent ces institutions dont les États-Unis ne dictent plus les règles...¹².

Cette analyse de l'ordre du discours des politiques n'a pas encore été reprise dans l'ordre du discours journalistique. Les transformations se déroulent à l'arrière-scène. Mais nous sommes aux antipodes, ou presque, des motifs rhétoriques analysés au début de cet essai. Il ne s'agit plus d'une menace militaire directe, mais d'un repositionnement au sein de l'architecture des organisations et des relations internationales. Les Chinois ne sont-ils pas les maîtres du jeu de go ?

■ En guise de conclusion : une « *opera aperta* »

Abordons brièvement, en conclusion, cet autre ordre du discours, tel qu'analysé par l'un des plus grands diplomates britanniques, Robert Cooper, dans son essai intitulé *The Breaking of Nations: Order and Chaos in the Twenty-First Century*. Cooper formule ainsi la première maxime de la prochaine génération de diplomates, face à l'âge turbulent que nous traversons :

La première maxime du diplomate de la prochaine génération concerne le besoin de comprendre davantage les étrangers. Cette idée pourtant évidente, mais oh combien de fois négligée, n'a jamais été aussi pertinente.

Jusqu'à la fin de la guerre froide, la préoccupation centrale de la politique étrangère occidentale le fut avec des pays et des peuples de traditions culturelles similaires. À l'Ouest, les guerres furent conduites pas des chrétiens contre des chrétiens. Même le communisme était un enfant bâtard de l'*Enlightenment* (du siècle des Lumières) et de la culture chrétienne.

Les problèmes de cette nouvelle époque devant nous viendront de cultures qui ne sont que très peu comprises à l'Ouest. L'effort requis pour les comprendre est d'une importance cruciale, et les risques de ne pas les comprendre, presque alarmants...¹³.

Le prochain panéliste parlera lui aussi d'une autre aire culturelle moins connue, à l'Ouest... aux États-Unis, ou chez nous, à Hérouxville ou ailleurs.

Entre-temps, il nous faut former une relève, une nouvelle génération qui saura mieux comprendre les dynamiques internationales en présence, dans notre nouveau monde multipolaire et dans ce nouvel âge des incertitudes et des turbulences. Car cette nouvelle génération sera confrontée à

12. Gouvernement du Canada, Comité permanent du Sénat sur les Affaires étrangères, Délibérations du 5 février 2008, Dossier 45146 – 1730, 2008, p. 13.

13. R. Cooper, *The Breaking of Nations: Order and Chaos in the Twenty-First Century*, New York, McClelland, 2003, p. 86.

une « *opera aperta* », une nouvelle architecture des relations internationales, où la médiation offre peut-être des éléments de développement plus durables que la confrontation ou le conflit. Oui, « penser la communication à partir de l'international paraît aujourd'hui essentiel ». Mais penser l'international à partir de la communication, et de l'analyse des différents ordres du discours en présence, à l'avant-scène comme à l'arrière-scène.

■ LE MONDE ARABO-MUSULMAN

FRÉDÉRIC NICOLOFF

Journaliste, Société Radio-Canada

Ce que nous appelons le monde arabo-musulman compte plusieurs civilisations. Je dis arabo-musulman, car il y a les pays arabes, le Moyen-Orient en grande partie, cette autre région, plus à l'est, qui s'appelle l'Asie centrale où l'on retrouve entre autres choses l'Afghanistan, et aussi les anciennes républiques soviétiques

Ces pays ont vécu des histoires très différentes l'une de l'autre. Certains ont été colonisés par la France, comme les pays d'Afrique du Nord, d'autres ont été brièvement colonisés par la Grande-Bretagne. Mais, surtout, dans la majorité des cas, c'est l'Empire ottoman qui a contrôlé une bonne partie de la région.

Dans le cas de l'Asie centrale, cela a été différent avec, au sud-est, l'influence de l'Empire britannique et, au nord, celui de l'Empire russe. L'Afghanistan est devenu une espèce d'État tampon entre les deux grands empires. Les Britanniques, d'ailleurs, à l'exception de quelques années, n'ont jamais véritablement contrôlé le pays. Ils en ont même été chassés.

Que l'on soit Afghan, Ouzbek, Pachtoun, Arabe, Algérien, Arabe de l'Arabie saoudite, Arabe du golfe Persique, Marocain ou Israélien, parce qu'Israël, il ne faut pas l'oublier, fait partie de ce monde, et Israël est considéré par la grande majorité des pays musulmans comme étant une antenne occidentale, le territoire a toujours été, pour ceux qui y vivent, un territoire de l'Islam.

Nous oublions souvent l'importance de l'aspect religieux dans ces pays. On s'imagine que les références culturelles sont linguistiques, historiques, littéraires, géographiques, cinématographiques, radiophoniques ou

télévisuelles. On oublie que la grande référence culturelle est d'abord et avant tout religieuse, et qu'elle est souvent une source d'antagonisme entre ces pays. C'est d'ailleurs ce qui se passe en Irak où la guerre civile oppose chiïtes et sunnites. À la base, c'est une guerre de religion.

Je souhaite dire quelques mots sur mon parcours et sur la façon dont j'ai découvert cette région du monde. Je suis arrivé à Kaboul, en Afghanistan, en décembre 2001, avec les troupes de l'Alliance du Nord. J'étais avec des soldats qui venaient de différentes ethnies. Ils venaient du nord, pour libérer Kaboul avec les Américains. Je suis resté là quelques semaines. À l'époque, on était plusieurs journalistes de Radio-Canada dans cette région. Il y en avait en Turquie, en Jordanie, en Égypte, en Israël. On n'a pas reçu l'autorisation d'entrer en Irak pendant la guerre. Radio-Canada ne voulait pas, pour des raisons de sécurité qui peuvent se justifier.

Un mois ou deux après le début des hostilités en Irak, après que la situation se fut un peu apaisée, on a pu entrer dans le pays. L'année dernière, j'ai fait une série de reportages sur l'histoire du terrorisme au Moyen-Orient, plus particulièrement en Israël et dans les territoires occupés, qui a été diffusée sur les ondes des radios publiques de langue française. Cela m'a permis entre autres de me rendre dans des endroits que je connaissais déjà, mais où, en m'y rendant une deuxième fois, j'ai pu mesurer le changement de mentalité qui s'était produit depuis 2001, notamment dans la bande de Gaza.

La bande de Gaza, je le rappelle, est l'un des endroits les plus peuplés au monde. La densité de population y est plus élevée que n'importe où ailleurs. Plus qu'en Chine. La bande de Gaza est un territoire qui fait à peu près 10 kilomètres de large sur 45 à 50 km de long. C'est une espèce de prison. Les gens ne peuvent pas en sortir. Évidemment, c'est l'un des fondements mêmes de la crise entre Israël et la Palestine.

J'avais à cette époque un assistant, un jeune homme d'une trentaine d'années, absolument charmant. Il parlait un très bon français et avait fait ses études en Algérie. Je me suis promené avec cet assistant à Gaza pour rencontrer des gens qui étaient recherchés par les Israéliens.

La circulation était terrible et nous étions en plein ramadan¹. Mon assistant, qui était un homme très religieux, devait faire ses prières. Comment fait-on ses prières quand on est obligé d'aller rapidement d'un endroit à un autre ? Il avait trouvé une façon. Il faisait ses prières tout en conduisant. À un moment donné, je me suis fâché : « On arrête tout ça,

1. Le ramadan est le neuvième mois du calendrier musulman. Il marque, pour les musulmans, le début de la révélation du Coran faite à Mahomet.

OK. Moi, je suis au travail. Tu mets notre vie en danger.» Alors, on s'est mis d'accord. À l'heure de la prière, nous allions dans une station-service. Elles ont toujours des tapis de prière.

C'est à cet instant que je me suis rendu compte de l'importance de la religion pour mon assistant. «La religion, c'est toute ma culture», m'a-t-il dit. «Et, dans cela, viennent l'histoire, la littérature, tout. La religion, pour toi Occidentale, n'est qu'une dimension.» Aussi longtemps que nous, Occidentaux, n'aurons pas compris cette réalité, le dialogue sera à peu près impossible. En connaissant cela, on trouve facilement une explication devant ce qu'on appelle certaines attitudes qui, pour nous, sont assez intolérables venant de gens qui ont immigré dans notre pays, et qui ne veulent pas adhérer ou se plient difficilement à nos habitudes de vie.

Ce sont aussi des pays qui ont une richesse culturelle énorme. Leur littérature est absolument fabuleuse. L'Égypte produit des poètes, des écrivains. Les pays d'Asie centrale l'ont fait aussi d'une façon remarquable. Dans d'autres domaines, par exemple le cinéma, l'Égypte a une production abondante. Ce pays exerce aussi une énorme influence à la télévision parce que, maintenant, on fait surtout des films pour la télévision. Donc, dans une grande partie du monde arabe, ce sont des téléromans ou des téléfilms faits en Égypte. Vous verrez très très peu de productions américaines ou occidentales.

Il est absolument étonnant de voir l'influence de l'Inde et de Bollywood en ce moment. À Kaboul, il y a six cinémas, dont deux seulement fonctionnent. L'équipement de ces deux cinémas est branché sur la génératrice de l'ambassade de France. Tous les films projetés sont indiens. J'ai posé la question «Est-ce qu'il y a des films occidentaux?» «Non, jamais.» «Mais pourquoi?» «Ce n'est pas notre monde. Les gens ne viendront pas. Ils n'ont aucune référence.» C'est pour cette raison que l'Inde a un pouvoir dans cette région du monde.

Qui sommes-nous pour ces gens-là? Comment nous perçoivent-ils? Ils nous voient presque tous comme des Américains. Nous sommes tous des Occidentaux et, jusqu'à un certain point, des chrétiens, des croisés. Ils ne font pas la différence entre un soldat canadien et un soldat hollandais. La seule différence entre les deux soldats, c'est le petit drapeau qu'il porte sur l'épaule, sans couleurs. Tous les uniformes des armées occidentales sont pratiquement les mêmes. Les casques sont pareils. J'ai posé la question à de vieux sages du village. «Vous savez que ce sont des Canadiens qui vous ont apporté les objets dont vous vous servez pour faire les semailles pour cultiver?» «Ah, non. Vous savez, nous sommes des gens illettrés. C'est quoi le Canada? On ne connaît pas.»

La majorité des populations dans certains de ces pays, de cette civilisation, n'ont aucune notion de ce qu'est le monde extérieur. Et, quand je parle du monde extérieur, ce peut même être, pour eux, ce qui se trouve en dehors de leur région ou de leur village. Il ne faut pas l'oublier, lorsqu'on essaie de transiger, d'entrer en contact avec des représentants de cette civilisation qui, je le rappelle, est l'une des plus riches de l'histoire de l'humanité.

Lorsque l'Afghanistan a été libéré des talibans, il y a eu une éclosion de journaux dans un pays aux trois quarts illettré. Des journaux de toutes sortes, féminins, religieux, des journaux où l'on essayait de comprendre comment on en était arrivé là. Des journaux, politiques, qui appuyaient tel ou tel parti parce que, à l'époque, on parlait déjà d'une élection libre.

Il y avait une liberté d'expression extraordinaire partout, sauf dans un domaine, la religion. Il n'était pas question de dire du mal du Coran, du Prophète et de certains imans. C'est là qu'on peut comprendre pourquoi les caricatures de Mahomet ont tant choqué et créé des manifestations dans les rues de plusieurs capitales arabes. On se moque de Mahomet en Occident, on se moque aussi des Arabes. C'est leur intimité que nous touchons.

■ PÉRIODE DE QUESTIONS

Si j'ai bien compris, il n'y a pas lieu, présentement, de s'inquiéter d'un éventuel choc des civilisations, comme Samuel Huntington le suggérait il y a quelques années¹. Toutefois, le propos de M. Nicoloff me rappelle encore une fois les thèses de Huntington. Lorsqu'on parle de symboles, de culture, il y a lieu de s'interroger sur un éventuel conflit entre la civilisation arabo-musulmane et les valeurs occidentales. J'aimerais connaître l'opinion de nos trois conférenciers à ce sujet.

FRÉDÉRIC NICOLOFF: Je pense que c'est le nœud du problème. Il y a un exemple qui est quand même assez frappant, c'est l'histoire de pays d'immigration, la France ou les États-Unis, par exemple. Pendant très longtemps, l'immigration vers ces pays se faisait à partir des pays occidentaux, donc de pays chrétiens, de pays qui étaient issus de la même civilisation. L'intégration des Italiens aux États-Unis, des Polonais, des Portugais en France, s'est faite sans problèmes. Cela a pris deux ou trois générations, mais il n'y a pas eu de problèmes. Les Français pensaient à la fin de la guerre d'Algérie, quand il y a eu tout ce mouvement de réfugiés, que ça se passerait de la même façon, que, deux ou trois générations après, les enfants de ces réfugiés musulmans seraient intégrés sans problèmes. On sait très bien que ce n'est pas vrai, qu'ils ont encore des problèmes dans certaines cités. Il y a un rapport de force qui est d'abord et avant tout culturel, et je vous avoue que je n'ai pas de réponse à votre question.

1. Samuel P. Huntington, né en 1927, est l'auteur du livre *Le choc des civilisations* (Paris, Odile Jacob, 1997). Dans ce livre, il prédit l'affrontement de la civilisation occidentale avec les autres.

Est-ce qu'il faut que nous, nous puissions aller plus souvent chez eux ? Vous savez, c'est difficile d'aller dans un pays où, par exemple, il n'est pas question que quelqu'un d'autre, un homme, à plus forte raison occidental, rencontre l'épouse qui, chez elle, est généralement dévoilée. Nous, la première chose qu'on fait quand on reçoit quelqu'un d'un autre pays, c'est de l'inviter à la maison. En tout cas, moi, c'est ce que je fais. Alors, elle est où la barrière ? Est-ce que c'est culturel ? Est-ce que c'est le pouvoir des imams, des religieux ? Est-ce qu'il faut absolument qu'à un moment donné ces gens-là puissent vivre chez nous et qu'ils retournent chez eux en se disant « Écoutez, on arrête ». Mais il faudrait que ce soient des milliers et des milliers de personnes qui le fassent et, surtout, qu'elles retournent chez elles pour pouvoir influencer ou pour pouvoir influencer occidentalement cette mentalité qui est très différente de la nôtre. Je pense qu'il s'agit là d'une question fondamentale à laquelle je ne suis pas prêt à répondre, je l'avoue.

CHARLES-PHILIPPE DAVID : Mon point de vue est évidemment plus « géopolitique » que « culturel », et c'est probablement en additionnant tous ces aspects que nous finissons par devenir moins bêtes sur notre compréhension des rapports internationaux. Si je reprends un peu plus le thème géopolitique, je dirais que le Moyen-Orient va continuer de constituer le centre du monde géopolitique. Je ne suis pas certain que ce soit tout à fait la thèse de Huntington que j'évoquerais. Je pense qu'on a vu, depuis 2001, beaucoup plus un conflit intracivilisationnel qu'un conflit intercivilisationnel, les luttes de pouvoir restant déterminantes sur le sort civilisationnel de chacun de ces pays. On évoque énormément, par exemple, le fossé entre la communauté chiite et la communauté sunnite. On dit que l'Irak est devenu le nouveau front de cette nouvelle guerre intracivilisationnelle, et que le mouvement chiite prend une ampleur qu'il n'a jamais eue en matière de pouvoirs politiques. L'Iran se retrouve au premier plan de cette quête. On peut penser qu'il profite de la débâcle en Irak.

Quelle est l'issue de ces luttes de pouvoir pour la géopolitique régionale du Moyen-Orient qui, à mon avis, constituera le centre des préoccupations géopolitiques de la planète, et quelle est en la signification pour le sort du thème que j'ai abordé, celui de l'hégémon américain et, peut-être, de l'Occident, parce que nous y jouons là un rôle important comme consommateurs et comme producteurs de sécurité ou d'insécurité ? Approvisionnement en pétrole, règlement ou non du problème israélo-palestinien, garantie de sécurité à des régimes féodaux qui ne représentent pas toujours ce que la religion dicterait comme code de conduite, je pense entre autres à l'Arabie saoudite, et ainsi de suite.

Je terminerai sur un dernier point, qui est celui de la « prudence » dans nos jugements. C'est pour cela que je suis prudent en ce qui concerne la thèse de Samuel Huntington qui a tellement fait couler d'encre. C'est une

façon de simplifier les dynamiques politiques, géopolitiques et internationales. Cela est sans doute un peu réducteur. Ne négligeons pas la portée des accidents de parcours, des choses imprévisibles qui vont continuer de nous surprendre, de nous affliger, de nous déconcerter. Je pense, par exemple, à la relation entre la Chine et les États-Unis. Normalement, cette interdépendance devrait nous indiquer qu'il est possible pour ces deux grands géants de collaborer, car l'un dépend de l'autre, en termes économiques. S'il n'y a pas de débouchés de marché pour la Chine, et les États-Unis en représentent un, autant que le Japon, l'Union européenne, etc., la Chine sera en difficulté. Si les États-Unis se fâchent avec la Chine, ils viennent de perdre un de leurs principaux banquiers. Et, pour autant, quelle surprise pourrait constituer, par exemple, un accident de parcours à Taiwan ou une implosion de la Corée du Nord, qui provoque un renversement complet dans la péninsule coréenne, un afflux de réfugiés vers la Chine, des litiges de toutes sortes, etc.

Je suis peu rassuré par l'évolution du Pakistan. Ça pourrait être une des surprises majeures pour les années à venir et c'est quand même une puissance nucléaire.

La situation au Pakistan est déterminante pour la situation en Afghanistan. Alors, en quoi la religion, l'interdépendance entre ces deux pays, les visions de l'un et de l'autre sont-elles déterminantes pour le sort de l'Afghanistan ? Bref, il y a lieu de complexifier davantage notre compréhension de ces grands enjeux que nous abordons.

CLAUDE-YVES CHARRON : Au lieu du choc, il y a des éléments de séduction d'une culture et de l'autre qui sont déroutants. Vous avez peut-être vu ce très beau reportage sur quelques jeunes Chinoises qui essayaient de devenir comme les Américaines en se tournant vers une chirurgie pour enlever les brides de leurs yeux. La deuxième phase du reportage portait sur ces opérations que se faisaient faire de jeunes Chinoises pour faire allonger leurs jambes de quelques centimètres. Le reportage concluait par la signature d'une entente dans laquelle on spécifiait aux jeunes Chinoises opérées : « Dans six cas sur dix, vous ne marcherez plus. » Il y a là, pour moi, une énigme tout aussi forte que celle qui parle du choc des civilisations, des religions.

Qu'est-ce qui serait arrivé si le 11 septembre 2001 n'avait pas eu lieu ? Où en serait-on aujourd'hui ? Comment expliquer le silence des médias durant toutes ces années ?

FRÉDÉRIC NICOLOFF : Pour l'Afghanistan, je peux vous dire que le régime des talibans aurait probablement continué. Les Américains auraient construit un gazoduc en Asie centrale en évitant l'Iran. C'était un projet que les

Américains avaient à l'époque. Le projet a été abandonné à cause de l'insécurité qui règne en ce moment. Les Américains n'étaient pas intéressés à l'époque à connaître les talibans. Il n'y avait pas de reportages sur l'Afghanistan, et il y avait très peu de journalistes occidentaux qui s'y rendaient. Les Américains étaient contents parce que c'était stable. L'époque talibane a été une période de stabilité dans ce pays. Il n'y aurait pas eu grand changement, et les femmes auraient toujours été aussi opprimées. La vie n'est pas plus rose maintenant, mais au moins on en parle. Alors les médias font peut-être mal leur travail, mais au moins, maintenant, on parle de la situation des femmes en Afghanistan. La burqa² est devenue célèbre depuis la chute des talibans. On savait qu'il y avait des femmes qui étaient voilées, qui portaient une espèce de grillage sur le visage, mais c'était tellement loin tout ça.

CHARLES-PHILIPPE DAVID : Je crois que la responsabilité de s'informer est une responsabilité personnelle. Oui, il y a la responsabilité d'informer, je n'en doute point, mais il y a aussi la responsabilité de chacun d'entre nous de s'informer, de lire, de prendre le temps qu'il faut pour s'instruire. Or, pour avoir vu d'autres situations dans d'autres pays, je vous dirais que nous sommes particulièrement choyés au Québec. J'ai vu, ici au Québec, une diversité de points de vue allant du plus approuvateur au plus critique sur différents événements.

Maintenant, il y a d'autres questions que vous soulevez, qui sont d'excellentes questions. Est-ce qu'on traite suffisamment d'un dossier ? Est-ce qu'un enjeu reçoit une attention politique suffisamment soutenue ? Là, je vous dirais que les médias ne sont pas seuls responsables. L'Afghanistan, sans l'ombre d'un doute, si ce n'était du 11 septembre 2001, serait probablement essentiellement dans la même situation.

CLAUDE-YVES CHARRON : Je ne suis pas certain que nous ayons, comme citoyens, maîtrisé cette nouvelle pratique de l'information en continu, surtout quand elle traite de la scène internationale. Qu'elle nous parle de promesses électorales, peut-être, parce qu'on les a entendues pendant trente jours. L'effet de redondance est énorme sur un univers culturel tout proche. Quand on nous parle de ce qui se passe en Afghanistan ou en Chine, là, la distance est telle que le *clip* ne suffit pas. De la même façon que nos jeunes Chinoises ont pris des pointes d'iceberg complètement détachées de la réalité pour se faire allonger les jambes, nous faisons probablement, nous aussi, la même erreur de perception. On nous lance toutes sortes d'informations. Nous avons la chance, nous, d'avoir accès à une

2. La burqa complète couvre entièrement la femme. Une grille placée à la hauteur des yeux permet de voir.

information très variée. Donc, considérez cela comme une chance et comme un devoir d'essayer de comprendre les différents points de vue en vous informant toujours davantage.

Si les démocrates prennent le pouvoir, comment vont-ils se départir de l'héritage du président Bush ?

CHARLES-PHILIPPE DAVID : On a tous un peu l'espoir que les États-Unis mènent une politique étrangère qui soit très fondamentalement différente sous les démocrates. Toutefois, je pense que les données fondamentales de l'hégémonie ne vont pas drastiquement changer. La preuve en est que, depuis la fin de la guerre froide, les États-Unis ont dépensé dans le domaine militaire, année après année, d'une manière assez constante. On n'a pas vu les dividendes de la fin de la guerre froide.

Pourquoi? Les Américains ne veulent jamais céder sur leur sécurité. L'obsession sécuritaire est omniprésente aux États-Unis et, par voie de conséquences, elle l'est un peu ici. Être capable de mener seul ses intérêts de défense, de pouvoir imposer, à l'occasion, son point de vue, de disposer des moyens d'intervention nécessaires, de pouvoir décider seuls des politiques convainc les Américains, peu importe la situation, que la défense, c'est sacré. Bien sûr, il y a des débats vigoureux aux États-Unis, mais même le plus démocrate ne sacrifiera jamais les fondements de la défense américaine sur l'autel des dividendes de la paix en sabrant de manière spectaculaire dans la défense.

D'ailleurs, je rappelle que John Kerry voulait surenchérir par rapport à Bush. Il ne faut pas se conter d'histoires. Si la communauté internationale, qu'on aime bien appeler comme cela parce que cela nous déresponsabilise, est pour prendre en main des pays comme l'Afghanistan, cela va se faire en deux, trois, quatre ans. C'est une ambition qui est pour une génération. En ce sens-là, Kerry avait peut-être raison.

Alors, ne vous attendez pas à un changement drastique. Je peux vous prédire que, s'il y a un autre attentat terroriste, vous verrez cette obsession sécuritaire s'accroître, au plus grand détriment des Canadiens et des Québécois qui vivent à côté de ce pays.

La Presse rapportait ce matin que M. Clinton, l'ancien président des États-Unis, avait fait l'apologie de la diversité culturelle. S'agit-il d'une coquetterie oratoire ou est-ce annonciateur d'un possible changement de la position américaine sur la question ?

CHARLES-PHILIPPE DAVID : Je ne suis pas du tout un spécialiste des questions culturelles. Mais je vous dirais ceci : Bill Clinton reste un animal politique de première envergure, et c'est tout à son honneur. Son attitude est

évidemment beaucoup plus ouverte, et il a appris durant sa présidence cette ouverture culturelle ou cette ouverture diplomatique envers les autres, contrairement à George W. Bush qui n'avait aucune espèce de connaissance des relations internationales et pour qui les seules connaissances des relations internationales se limitaient au Mexique.

L'apprentissage des relations internationales à la Maison-Blanche est, en général, un chemin assez sinueux, assez difficile, et au moment où le président finit par connaître un peu quelque chose, il part. Je ne dis pas que ce sera le cas à la présidentielle de 2008, car il y a quand même des gens qui connaissent comment fonctionnent les relations internationales, mais il y en a aussi qui sont un peu «verts» à cet égard.



LA COMMUNICATION RÉPUBLICAINE

■ **Jean-Pierre Boyer**

Thomas Paine et la communication républicaine

■ **René-Jean Ravault**

« Le Québec libre » sous influences ?

Période de questions

■ THOMAS PAINE ET LA COMMUNICATION RÉPUBLICAINE

JEAN-PIERRE BOYER

Professeur, École des médias, Université du Québec à Montréal

Le texte de la chanson de Bruce Springsteen *Born in the U.S.A.* étant loin d'être une apologie de l'*American Way of Life*, il convient d'aborder les questions de l'influence américaine dans les médias québécois et de la qualité de notre information journalistique avec grande précaution.

Ces questions ambiguës et complexes renvoient, selon moi, aux problèmes de l'origine historique et de l'influence étasunienne de nos médias d'information et de l'orientation démocratique ou républicaine des pratiques d'information et de communication au Québec.

Je vais donc essayer de répondre à ces questions en me référant à l'expérience des deux grands diffuseurs des Lumières¹ que furent Thomas Paine dans le contexte de la révolution américaine et Fleury Mesplet sous le régime britannique d'après la Conquête de 1760. Je terminerai l'exposé en précisant les conditions de possibilité de la communication républicaine, en évoquant brièvement les pratiques socio-alternatives dans le champ des médias communautaires et du cyberspace coopératif et citoyen.

Thomas Paine est né en Angleterre en 1737 dans une famille modeste d'artisans. Bien que Paine fût doté d'un talent exceptionnel pour le débat oratoire et l'écriture pamphlétaire, sa vie « professionnelle » en Angleterre demeure plus qu'ordinaire jusqu'à ce qu'il rencontre, en 1774, à Londres,

1. Le siècle des Lumières débute approximativement avec la mort de Louis XIV, en 1715, et prend fin à l'avènement de la Révolution française en 1789. Cette période est notamment caractérisée par l'établissement d'une plus grande tolérance, l'affaiblissement de la monarchie, la fin de la suprématie française en Europe et le début de la prépondérance anglaise.

Benjamin Franklin qui lui conseille alors de s'embarquer pour Philadelphie, la capitale du Nouveau Monde à cette époque. Peu après son arrivée dans cette ville cosmopolite, Paine commence à publier dans les journaux une série d'articles audacieux, notamment sur les problèmes de l'esclavage en Amérique ou même sur la discrimination à l'égard des femmes. Il profite bientôt d'un nouvel emploi de rédacteur en chef du *Pennsylvania Magazine* pour diffuser ses motifs d'indignation, ses perspectives démocratiques et son éthique républicaine.

Mais voilà qu'éclatent, à Lexington, en avril 1775, les premières hostilités armées entre les troupes britanniques et les insurgés américains, un événement qui marque d'ailleurs une rupture radicale entre l'Empire et ses colonies rebelles, déjà en marche vers leur indépendance. C'est alors que Paine décide d'écrire un vigoureux pamphlet de 80 pages contre le despotisme de la monarchie et de l'aristocratie britanniques, tout en plaidant ouvertement en faveur de l'indépendance et de l'instauration d'une démocratie républicaine dans les États-Unis d'Amérique. Paine est en effet l'inventeur de cette expression. Or, son brûlot pamphlétaire, intitulé *Le sens commun*, va connaître un succès sans précédent dans l'histoire de la presse ou des écrits politiques, et sa publication en janvier 1776 ne précède que de six mois la fameuse *Déclaration d'indépendance* des colonies américaines, du 4 juillet 1776. En somme, Thomas Paine n'était pas « Born in the U.S.A. », mais les « U.S.A. were born in Paine ».

D'ailleurs, pleinement conscient du pouvoir des mots, Tom Paine a bel et bien donné naissance à « l'Union des États libres et indépendants d'Amérique² ». L'auteur du *Sens commun* démontre en effet une aptitude toute républicaine (*res publica*) à communiquer des idées complexes dans un langage clair, concis et accessible à tous. Il s'efforce d'exprimer et d'analyser l'expérience commune vécue par ses nouveaux compatriotes, en les incitant à prendre leurs responsabilités de citoyens de manière à pouvoir façonner leur propre destin. Car, pour lui, « la cause de l'Amérique est celle de l'humanité tout entière ». Quoi qu'il en soit, Thomas Paine incarne bien le projet émancipatoire des Lumières qui semble être à la source des pratiques de la communication républicaine.

Pour la seconde question concernant l'influence étasunienne de nos médias au Québec, je vais maintenant parler de Fleury Mesplet, qui fut le premier imprimeur-libraire francophone du Québec et fondateur de la *Gazette littéraire et du commerce de Montréal*, dont le destin ressemble, étonnamment, à celui de Thomas Paine.

2. T. Paine, *Le sens commun*, Québec, Septentrion, Présentation de Jean-Pierre Boyer, 1995 ([1776]), p. 48.

Fleury Mesplet est né en France le 10 janvier 1734, à peine trois ans avant Paine, dans une famille d'artisans imprimeurs de la ville de Marseille. En 1750, on le retrouve à Lyon, publiant, sous forme d'affiches, les écrits de Rousseau et de Voltaire, encore jugés subversifs à l'époque. À l'aube de la quarantaine, Mesplet décide de se rendre à Londres pour y exercer plus librement son métier d'imprimeur. Mais, éprouvant bientôt des difficultés comparables à celle que connaît Paine au même moment, Fleury Mesplet rencontre, lui aussi, Benjamin Franklin, qui lui conseille pareillement de s'établir à Philadelphie, ce qu'il ne manque pas de faire. D'autant que, peu après son arrivée en Amérique, au début de 1774, Mesplet devient, sur recommandation de Franklin lui-même, l'imprimeur officiel francophone du Congrès continental nouvellement formé par les treize colonies américaines. C'est d'ailleurs à ce titre qu'il va imprimer les trois missives que le Congrès américain adressera aux Canadiens français, dans l'espoir de les rallier à sa cause, et à terme, de parvenir à chasser les troupes britanniques du continent. Ces feuilles volantes rebelles (distribuées, lues et commentées par les populations disséminées à travers la province) constituent, à vrai dire, le premier cours d'éducation politique à l'intention des Québécois. Ces derniers en effet sont invités à former leur propre gouvernement, à déléguer leurs représentants au Congrès continental et à constituer éventuellement le quatorzième État de la future Union américaine.

Cela dit, l'invasion de la province de Québec, en 1775, par les insurgés américains, va se solder par un échec. Cependant, tout au long des affrontements, les habitants de la vallée du Saint-Laurent débattent de la Constitution anglaise, des problèmes de taxation et de représentation sous le régime britannique, mais aussi de la liberté de la presse, des droits et pouvoirs des assemblées élues. Mais l'histoire ne s'arrête pas là.

Au moment où *Le Sens commun* de Paine est lancé à Philadelphie, Fleury Mesplet s'affaire de son côté à imprimer la troisième *Lettre du Congrès aux habitants du Québec*, publiée le 24 janvier 1776. Deux jours plus tard, le Congrès américain décide de former une commission spéciale chargée de se rendre à Montréal pour tenter de négocier un pacte de collaboration avec les élites canadiennes. Cette délégation est constituée de Benjamin Franklin lui-même, de deux chefs des Fils de la liberté américains, de deux émissaires catholiques français et d'un maître imprimeur qui est nul autre que Fleury Mesplet, dont le mandat officiel sera d'établir un atelier d'imprimerie et une presse libre devant servir à diffuser les idéaux démocratiques dans la province de Québec. La réalité dépasse parfois la fiction.

Or, se butant à l'hostilité ouverte des élites ecclésiastiques et coloniales montréalaises, la délégation du Congrès américain échoue dans sa mission, mais laisse derrière elle Fleury Mesplet qui va bel et bien fonder, à Montréal, la première imprimerie-librairie francophone de la province et devenir

surtout le premier grand diffuseur des Lumières au Québec. Mais à peine a-t-il le temps d'installer son atelier d'imprimerie que les autorités viennent l'arrêter et le condamnent à un mois de prison au motif présumé d'allégeance aux « rebelles » américains. Dès sa libération, Mesplet reprend ses activités, mais les autorités le surveillent de près et lui interdisent de traiter notamment des sujets religieux et politiques... Ce n'est que deux ans plus tard, en juin 1778, que Mesplet parvient à lancer la *Gazette du commerce et littéraire*, en s'adjoignant l'avocat et journaliste Valentin Jautard qui écrit sous le pseudonyme du Spectateur tranquille. Ces deux éclaircisseurs réussissent même à fonder, avec Pierre du Calvet, négociant et juge de paix montréalais, la première société de libre pensée au Québec, l'Académie de Montréal, le 21 octobre 1778.

Mais après quelques audaces à diffuser les idées jugées trop « libertines et subversives » de Voltaire ou d'autres philosophes des Lumières et, surtout, à critiquer les abus des pouvoirs judiciaire et clérical au Québec, le gouverneur de la province, Frederick Haldimand (un mercenaire suisse), cède aux pressions des élites montréalaises et décide de fermer le journal tout en procédant à l'arrestation de Mesplet et de Jautard, le 4 juin 1779. L'imprimeur ne sera libéré que le 1^{er} septembre 1782 et son journaliste, le 8 février 1783. En somme, ils passeront plus de trois ans en prison, sans procès, pour avoir voulu appliquer la devise de Voltaire « Osez penser par vous-mêmes ! » et devenir les diffuseurs des Lumières au Québec.

Quant à Pierre du Calvet, qui n'a pas hésité à dénoncer pareille suppression des libertés civiles dans la colonie, il est lui-même arrêté le 27 septembre 1780 et ne sera libéré que 948 jours plus tard, soit le 2 mai 1783. Mais, peu après sa sortie de prison, il s'embarque pour l'Angleterre en vue d'y faire publier, dès l'automne de 1784, son fameux *Appel à la justice de l'État* qui s'avère être le premier grand manifeste des libertés démocratiques au Québec. Ce texte pamphlétaire, qui dénonce la corruption de la justice, la complicité de l'Église et de l'État et le despotisme de l'administration coloniale au Québec, est aussi un plaidoyer en faveur de la liberté de la presse, du droit à l'instruction publique, de l'*habeas corpus*³, mais aussi et surtout de l'instauration d'une Chambre d'assemblée démocratique au Québec. Une revendication fondamentale qui fera son chemin dans les discours et les écrits publics, et qui mènera à l'Acte constitutionnel de 1791 et à la première élection québécoise l'année suivante.

3. Procédure légale qui amène un juge à se prononcer sur le caractère légal ou non de la détention d'une personne et, le cas échéant, à ordonner sa libération.

Bref, il semble bien que certains de nos premiers médias aient été directement sous influence étasunienne, et particulièrement solidaires d'une lutte acharnée contre la tyrannie politico-religieuse et pour l'instauration d'un système de droit et d'un gouvernement démocratiques... d'esprit républicain.

Pour tenter de répondre enfin à la question du caractère républicain de l'information et de la communication, je dirai tout d'abord que la connaissance historique des luttes menées pour la conquête des droits civils, politiques, économiques, sociaux et culturels des individus et des collectivités est sans doute la condition première d'une philosophie et d'une pratique éventuelle de la communication républicaine.

Dans *Les droits de l'homme*, qu'il publie à Londres en 1791-1792, Thomas Paine apporte un éclairage intéressant pour mieux cerner cette notion de communication républicaine dont il est question ici. Il écrit justement : « Ce qu'on nomme république n'est pas une forme particulière de gouvernement. C'est ce qui caractérise le but, le dessein ou l'objet pour lequel il convient d'instituer un gouvernement et auquel celui-ci doit servir : *res publica*, les affaires publiques, le bien public, la chose publique. [...] Un gouvernement républicain n'est rien d'autre qu'un gouvernement institué et dirigé pour servir l'intérêt public, au plan individuel comme au plan collectif⁴. »

Partant de cette définition de la *res publica* ou du bien commun, on peut se demander en effet quelles seraient donc les conditions de possibilité d'une information publique et d'une communication sociale, d'esprit républicain, qui répondraient le mieux aux besoins et aux aspirations des individus et des groupes vivant dans une société démocratique. Quelles seraient également les prérogatives et les responsabilités de nos médias à cet égard ?

Si l'on reconnaît que l'information, en tant que savoir humain, pouvoir social et droit démocratique, s'avère essentielle à l'exercice de la citoyenneté et à l'organisation de la vie en société, l'accès individuel et collectif à une information de qualité et d'intérêt public constitue sûrement une exigence et un droit démocratique de base dans une optique républicaine. C'est en ce sens, d'ailleurs, qu'une information de qualité, répondant bien aux critères de pertinence sociale, d'esprit critique, d'indépendance des sources, de pluralité des points de vue, d'équilibre et de consistance des informations, saurait sans doute convenir, dans un esprit républicain, à nos besoins de mieux connaître et de mieux comprendre le monde dans lequel nous vivons, en tant que citoyens (et non comme consommateurs ou clients) !

4. T. Paine, *Les droits de l'homme*, Québec, Septentrion, 1998, p. 242-243.

Cela dit, la participation active et la vigilance des citoyens s'imposent aussi. Car, en tant que citoyens, n'avons-nous pas aussi la responsabilité de nous informer, d'approfondir certains dossiers qui nous intéressent, de questionner les autorités et d'alimenter le débat public ? En somme, de communiquer démocratiquement, dans un esprit républicain. Mais « s'informer fatigue », comme l'a déjà signalé Ignacio Ramonet, le directeur de la rédaction du *Monde diplomatique*.

Dans le meilleur des cas, ce droit de cité, ou le droit à la communication républicaine, peut s'exercer dans l'espace des grands médias et s'élargir aux autres espaces publics où se négocient les orientations culturelles et les choix politiques de toute une société. En cas contraire, l'espace médiatique est vite accaparé par le discours des élites et des experts. Les citoyens, alors laissés-pour-compte, s'en trouvent souvent désenchantés au point de n'entrevoir comme seul champ d'action possible que des espaces publics plus restreints ou minoritaires, mais permettant tout de même de rétablir des liens sociaux de réciprocité et d'élargir le champ de la communication républicaine.

Or, à l'heure où même nos médias de service public sont prêts à vendre leur âme républicaine pour un plat de quintiles, il faut sans doute s'intéresser aux groupes de résistance et d'expérimentation alternative, dans les médias communautaires et sur le Web notamment, et qui œuvrent déjà dans le sens d'une démocratisation de l'information, de l'accès à la culture et de la communication sociale. Parce que c'est de ce côté, manifestement, que s'élabore au quotidien une véritable culture de la citoyenneté et de la communication démocratique horizontale.

En guise de conclusion, il me semble que toutes initiatives pouvant contribuer au développement d'une participation plus libre, consciente et créative des citoyens et citoyennes à l'organisation démocratique de la vie en société s'avèrent être d'une grande pertinence dans le contexte actuel. Car toutes ces expériences culturelles et ces luttes sociales réunies constituent une véritable alternative au projet ultralibéral de dissolution marchande des sociétés civiles. Or, ce dangereux projet d'érosion de nos libertés individuelles au nom de la « sécurité » publique serait-il, lui aussi, *Born in the U.S.A.* ?

Je laisse le dernier mot à Thomas Paine qui, dans une lettre adressée à son amie américaine Kittie Few, en 1789, écrivait ceci : « Dans mille ans d'ici, et peut-être moins, il se peut que l'Amérique ressemble à l'Angleterre d'aujourd'hui ! Lorsque se produira la chute de l'Empire américain, on dira : la belle et juste cause de la liberté, c'est ici qu'elle est morte⁵. »

5. B. Vincent, *Thomas Paine ou La religion de la liberté*, Paris, Aubier, 1987, p. 162-163.

Quoi qu'il en soit, la communication républicaine que l'on souhaite ici ne pourra jamais se réaliser de manière définitive et d'une façon parfaite, car, comme l'a fort bien souligné l'auteur de *Media and Democracy*, John Keane, « La démocratie est un projet continu sans solution ultime⁶. »

6. J. Keane, *Media and Democracy*, Cambridge, Blackwell, 1991, p. 190.

■ « LE QUÉBEC LIBRE » SOUS INFLUENCES ?

RENÉ-JEAN RAVault

Professeur associé, Département de communication sociale et publique,
Université du Québec à Montréal

« *Le Québec libre* » sous influences ? reprend le titre du colloque en le nuancant. Si ce titre évoque l'influence américaine sur les médias québécois, mes propos ne se limitent ni à nos médias ni à l'influence des États-Unis. En plus de considérer l'impact de nos grands voisins, je le compare à celui de la France qui partage sa langue et d'importants éléments de son histoire avec nous. Par ailleurs, je considère qu'il y a plus, dans l'appareil communicationnel d'une nation, que ses médias.

En tant que communicologue, je pense que la compréhension de la communication implique l'étude de la réception. Et cette dernière exige que l'on se préoccupe du rôle qu'y joue l'univers mental du destinataire. C'est à partir de ce dernier que le récepteur décide de sélectionner, d'interpréter et d'utiliser, généralement à son avantage, les productions médiatiques auxquelles il peut accéder.

Enfin, le « Québec libre » confronte les « influences » qu'il subit, parce qu'être libre, c'est identifier et analyser les contraintes qui influent sur notre façon de percevoir et d'appréhender le monde, les autres et nous-mêmes. Connaître les influences qui pèsent sur nous permet de les combiner à notre avantage !

■ Mise en garde

Après quarante ans d'enseignement et de recherches, je suis convaincu, avec Edgar Morin¹, que l'aspect le plus important de toute méthode est l'identité

1. Voir « Les ingrédients de la complexité », dans *Science avec conscience*, Paris, Fayard, 1982.

du chercheur. Ce qu'observe et relate le chercheur est le fruit d'une construction personnelle. Cette dernière dépend autant du contexte dans lequel l'objet se trouve que du contexte personnel du chercheur. Et le « contexte spirituel » du chercheur est sa mémoire ! Celle-ci constitue la carte écran radar à partir de laquelle je sélectionne et interprète ce que mes « antennes » ou sens me permettent de capter dans l'univers qui m'entoure.

■ 1^{re} PARTIE

Objectif et plan de l'exposé

L'objectif

Ce qui vaut pour un chercheur vaut pour tous les êtres humains lorsqu'ils s'efforcent de construire le sens de l'univers dans lequel ils vivent. Mon objectif est donc d'identifier et d'analyser la plus forte des influences française et américaine qui affectent nos pratiques de la communication et la compréhension que nous en avons. Je cherche donc à contribuer à libérer la conception québécoise de la communication de la double contrainte que constituent les représentations de ce phénomène que nous offrent ces deux pays.

Le plan

Ma comparaison des influences qu'exercent la France et les États-Unis sur le génie québécois porte essentiellement sur l'histoire militaire de ces deux pays. Il me semble, en effet, que c'est la représentation que se font les citoyens de l'histoire de leur pays qui façonne leur identité collective ou leur génie national. Et c'est elle qui constitue la toile de fond de leur carte écran radar. Nous savons, par l'étude de la réception, que c'est à partir de cette carte mentale que les récepteurs-décideurs-acteurs, ou « êtres communicants », sélectionnent, appréhendent, interprètent et comprennent ce qu'ils perçoivent. Ils inventent ainsi la signification de l'univers qu'ils découvrent. Je conclurai sur l'examen des avantages que les Québécois peuvent tirer de ces influences et des inconvénients qu'ils devraient chercher à éviter.

■ 2^e PARTIE

Comparaison des influences exercées par les histoires française et américaine sur la carte écran radar des citoyens communicants de ces deux pays

Bien que je le déplore personnellement, les conflits armés ont influé et influent encore de façon déterminante sur la condition humaine. Et, bien sûr, l'idée que nous nous faisons de notre condition influence notre compréhension du fonctionnement de la communication.

Pour donner un exemple de l'impact de l'issue des combats sur le choix des paradigmes scientifiques, je rappellerai que des théories racistes ou génétiques ont prévalu durant tout le XIX^e siècle et jusqu'au milieu du XX^e. Ces théories ont servi de justification à différents massacres. Elles ont motivé certaines transformations du nationalisme de résistance en nationalisme de conquête en Europe. Le nazisme les a exacerbées. Mais, avec la défaite de ce dernier, des approches néo-positivistes qui privilégient les déterminismes externes ont remplacé ces théories racistes. Ainsi, le marxisme soviétique et le « béhaviorisme » américain se sont imposés dans les universités dès qu'ont triomphé les puissances qui s'en réclamaient.

Là où des théories racistes persistaient encore, ce ne sont pas de bons sentiments ni des raisonnements sophistiqués ou, encore, des démonstrations scientifiques rigoureuses qui les ont éradiquées, mais la victoire des peuples du tiers-monde sur leurs colonisateurs. Ainsi, la résistance non violente de Gandhi a eu raison, aux Indes, de la « supériorité britannique ». De même, la victoire du Vietminh sur l'armée française en Indochine et le triomphe du Vietcong sur l'armée américaine au Vietnam ont mis fin aux ultimes croyances en la supériorité des Occidentaux sur les Asiatiques. Les conflits armés sont donc incontestablement ce qui a le plus affecté les comportements et les croyances des êtres humains et a altéré leur façon de se concevoir en tant qu'êtres communicants.

C'est donc sur ce plan que les différences entre les États-Unis et la France sont les plus évidentes et affectent le plus la compréhension des mécanismes de décryptage utilisés par l'observateur ou le destinataire dans tout processus communicationnel. Il serait donc indispensable d'évoquer ces histoires, telles que les citoyens les apprennent dans leur pays respectif. Comme, toutefois, l'espace me manque ici, je n'en évoquerai que les très grandes lignes!

Du côté français

Les petits Français apprennent, très tôt à l'école, qu'il y a deux mille ans leurs ancêtres les Gaulois ont été défaits par les Romains qui en profitèrent pour « civiliser » la Gaule. Toutefois, une partie de l'héritage latin a été balayée par les invasions barbares. Au début du deuxième millénaire, les Normands, descendants des Vikings, s'implantèrent en Angleterre. Les Anglais, à leur tour, envahirent une bonne partie de la France.

Après la Renaissance, la France est en proie à de nombreuses guerres civiles opposant les perspectives protestantes et catholiques. Toutefois, Henry IV proclame l'édit de Nantes, qui met fin à ces guerres fratricides. C'est sous son règne que Samuel de Champlain fonda la ville de Québec

en 1608. Déconcerté par les guerres de religion, Champlain espérait fonder une Nouvelle-France où les habitants pourraient vivre en intime harmonie avec les autochtones et engendrer une population de paisibles métis².

Louis XIII, Richelieu et Louis XIV firent du XVII^e siècle le « grand siècle » français. Mais celui-ci a été écourté par la révocation de l'édit de Nantes. Cette bavure de taille consolida la monarchie absolue de droit divin. En plus, la France est sortie ruinée des batailles menées par Louis XIV et Louis XV et a dû s'incliner devant les Britanniques. Elle perdit les « *French-Indian Wars* » aux mains des mercenaires du roi d'Angleterre, alors appuyés par les « continentaux » des colonies américaines de « Sa Majesté » !

L'ironie de l'histoire veut qu'une vingtaine d'années après la défaite de Montcalm ce soit pour aider à libérer ces mêmes continentaux du joug du roi d'Angleterre que la flotte de Louis XVI remporta une des plus belles batailles navales de l'histoire de France. Pendant ce temps, plus au nord, pour sauvegarder leur langue et leur religion, les Canadiens aidèrent les loyalistes à repousser Washington qui tentait d'annexer Québec à sa nouvelle république.

En France, déjà bien cuisinée par Voltaire, Montesquieu, Rousseau et Diderot, la bourgeoisie, éclairée par les Lumières, s'enflamma pour les récits incendiaires que firent Lafayette et Condorcet de la Révolution américaine. Elle s'empressa de reproduire cette révolution, qui déboucha sur le Premier Empire, lequel s'écroula en 1815. À la gloire éphémère succéda l'humiliation durable. Durant un siècle, le génie français a survécu, tant bien que mal, dans la nostalgie de l'Empire qu'entretenait Victor Hugo. Le pays traversa des monarchies parlementaires, des révolutions, des républiques et un second empire encore plus vain que le premier. C'est en défaisant le Second Empire que Bismarck créa l'Allemagne en 1870. Pendant ce siècle, la France parvint à créer et à étendre son empire d'outre-mer. Au début de l'été de 1914, un jeu d'alliances l'entraîna dans le premier conflit mondial. Elle livra la bataille de la Marne, qui arrêta net l'offensive germanique, mais c'est à cause de ce qui se passait sur le front Est que l'Allemagne fut la première à demander de mettre fin au carnage. Sa reddition a été stupidement exploitée par les Alliés et surtout par la France, qui profita du traité de Versailles pour se venger de la défaite de 1870. Ses exigences extravagantes firent le lit de Hitler. La République de Weimar, imposée par les Alliés, ne survécut pas à la crise de 1929 et, dès 1933, Hitler lança l'Allemagne dans l'érection d'un III^e Reich qui devait durer mille ans. Il n'en tint que douze, mais les ravages humains, matériels et éthiques qu'il fit hantent encore l'humanité.

2. Voir l'article de David Hackett Fischer « One New World, Two Big Ideas », dans le *New York Times* du 3 juillet 2008, concernant Jefferson et Samuel de Champlain dont il traite plus amplement dans ses ouvrages *Washington's Crossing* et, à paraître sous peu, *Champlain's Dream*.

Au printemps de 1940, l'armée française, vaincue, signe l'armistice de Compiègne dans le wagon même où avait pris fin la Première Guerre mondiale. La France est coupée en deux. Le Nord, avec Paris, devient zone occupée et, au sud de la Loire, le régime de Vichy du maréchal Pétain collabore avec l'Allemagne nazie. La flotte française se saborde à Toulon. Toutefois, répondant à l'appel du 18 juin, des patriotes rejoignent le général de Gaulle qui s'était réfugié à Londres avec quelques-uns de ses officiers. Le 6 juin 1944, Canadiens, Anglais, Américains et membres des Forces françaises libres débarquent sur les plages de Normandie. La résistance française s'intensifie et, en août, la capitale est libérée.

La défaite de l'Allemagne, imposée par la jonction des troupes alliées et soviétiques à Berlin, replace la France parmi les grandes puissances. Protégée de la menace soviétique par l'OTAN, la France s'engage à fond contre les mouvements de décolonisation qui menacent dangereusement son empire d'outre-mer. Mais, après une vingtaine d'années, la France constate ses échecs et abandonne ses colonies.

Aujourd'hui, la France semble mondialement appréciée pour son rôle de pacificateur au sein de l'ONU lorsqu'elle intervient en Afrique et au Moyen-Orient. Son refus de participer à la seconde guerre d'Irak aux côtés des Américains et des Anglais lui a toutefois attiré les foudres de l'administration néoconservatrice de Bush, ainsi que des commentateurs israéliens et de leurs amis de la diaspora. Les choses semblent s'être inversées avec l'arrivée du président Sarkozy qui réinsère la France dans l'OTAN, intensifie sa participation en Afghanistan et assure Israël de sa présence indéfectible à ses côtés au cas où les Iraniens passeraient de la parole aux gestes³.

Du côté des États-Unis

Alors que la longue histoire militaire de la France oscille entre conquêtes et débâcles, la brève histoire militaire des États-Unis semble se distinguer par une ascension continue où les échecs sont plutôt rares et où ils sont trop récents pour ébranler le génie de cette nation.

Sur le plan militaire, en Amérique du Nord, jusqu'à la révolution de 1776, la Grande-Bretagne finit par s'imposer partout. Et la mémoire collective américaine (celle qui affecte le plus la conception que les Américains se font du citoyen communicant) s'approprie les plus hauts faits d'armes britanniques. Il convient donc de les rappeler brièvement ici.

Au début, l'histoire de l'Angleterre ressemble à celle de la France. Comme en Gaule, c'est aux Celtes que se heurtent les Romains, lorsqu'ils envahissent le sud du pays. Cinq cents ans plus tard, les envahisseurs saxons

3. Pour plus de précisions, voir A. Gresh, « Enquête sur le virage de la diplomatie française », *Le Monde diplomatique*, n° 652, Paris, juillet 2008, p. 1, 8 et 9.

forcent les Celtes à se regrouper en Irlande. En 1066, Guillaume le Conquérant est le dernier « envahisseur » à débarquer en Angleterre. Après cela, les Britanniques n'ont plus jamais été envahis, contrairement à la France qui, au milieu du xx^e siècle, est, une fois de plus, occupée par des troupes étrangères.

Durant le second millénaire, les Britanniques connaissent des guerres civiles. Au cours de l'une d'elles, Oliver Cromwell fait exécuter le roi. Il soumet l'Irlande et l'Écosse, puis crée le Commonwealth. Il défait aussi les Provinces-Unies et les chasse de l'Amérique du Nord en 1654, faisant ainsi de l'Angleterre la grande puissance navale qu'elle restera.

Comme la perte des treize colonies américaines le montre, l'histoire militaire anglaise outre-mer connut des fluctuations. Mais, en plus du fait qu'elle parvint à constituer « un empire sur lequel le soleil ne se couche jamais », elle réussit, pendant la quasi-totalité du second millénaire, à éviter que le sol britannique soit foulé par des ennemis.

Même, si, comme la France, elle a perdu une grande partie de ses colonies, la plupart de ses guerres ne furent que des parties de pêche et de chasse sous des cieux exotiques. Seule la Luftwaffe de Göring viola son espace aérien et lui infligea de lourds dommages. La riposte de l'aviation anglaise fut terrible, mais en plus, et c'est crucial sur le plan de la communication, le courage, la détermination et la résilience des Britanniques ont renforcé le génie anglo-saxon dont se réclament, aujourd'hui, beaucoup de Nord-Américains.

Parfaitement conscients de la puissance des Britanniques avec lesquels ils venaient de remporter les « *French-Indian Wars* », les patriotes américains ont, eux aussi, et dès la naissance de leur pays, fait preuve d'un courage, d'une résilience et d'une détermination extraordinaires⁴.

Après l'acquisition de leur indépendance, mus par « l'esprit de la Frontière⁵ », ils rejoignent les rives du Pacifique à la fin du xix^e siècle, après que leur épopée eut été ralentie par la guerre civile qui opposa le Nord, en voie d'industrialisation, au Sud, encore rural et esclavagiste.

La guerre de Sécession a été le seul conflit majeur à se dérouler sur le sol américain. Mis à part cette guerre interne, toutes les batailles avec des étrangers se sont déroulées chez ces derniers. Et les Américains les ont presque toutes gagnées. Ils ont été et sont encore des occupants, mais n'ont jamais été occupés depuis leur indépendance.

4. Voir le film de Mel Gibson, *The Patriot* (Global Entertainment Production, 2000).

5. Pour bien comprendre l'impact de cet esprit sur la carte écran radar des Américains, il est indispensable de lire l'ouvrage de Frederick Jackson Turner, *The Frontier in American History* (New York, Dover Publications, 1996).

À partir de l'échec du Vietnam, les Américains ont commencé à connaître de sérieuses difficultés et des revers cuisants malgré le titre d'unique hyperpuissance mondiale qui leur est accolé. Cette catastrophe affecta considérablement le moral de la population. Ses séquelles expliquent pourquoi le président Carter n'osa pas réagir vigoureusement à l'occupation de l'ambassade des États-Unis à Téhéran en 1979-1980.

Mais l'implosion du système soviétique a donné à l'Amérique l'impression qu'elle était devenue la seule, l'unique hyperpuissance au monde. Il est vrai que Reagan, en bon acteur, a bien su en usurper la responsabilité, alors que le pape polonais, Gorbatchev, les talibans et les Tchétchènes en sont, probablement, les vrais responsables.

Le président George H.W. Bush, fin et patient stratège, organisa, avec un nombre impressionnant d'alliés, la guerre de libération du Koweït. L'opération « *Desert Storm* » rétablit la confiance des Américains en leur suprématie absolue.

Le président Clinton parvient, par ses interventions musclées en Bosnie et au Kosovo, à redonner à l'Amérique, bien épaulée par l'OTAN, le rôle incontesté de gendarme du monde. De nombreux commentateurs comparent la *Pax Americana*⁶ de la fin du xx^e siècle à la *Pax Romana* du début de l'ère chrétienne⁷.

Alors que l'Empire, dirigé par l'administration néoconservatrice du second président Bush, cherchait une bonne raison pour intervenir au Moyen-Orient contre des États voyous, possiblement producteurs de pétrole et toujours dirigés par des tyrans, Al Qaeda⁸ s'en prit au World Trade Center et au Pentagone. Cela faisait deux siècles que les Américains n'avaient pas connu d'agressions étrangères sur leur sol continental.

À défaut de pouvoir identifier l'adversaire, Bush déclara la guerre à l'activité la plus spectaculaire de ce dernier : le terrorisme. Ben Laden restant introuvable, les Américains s'en prirent à ses amis et hôtes, les talibans d'Afghanistan. Par sympathie, de nombreux pays de l'OTAN se sont engagés dans cette guerre qui, aujourd'hui, s'enlise.

Bien que Dick Cheney ait tenté de dépeindre Saddam Hussein en complice de Ben Laden, c'est la prétendue possession d'armes de destruction massive et la gestion sanguinaire du « tyran de Bagdad » qui justifiaient le lancement d'une guerre préventive contre l'Irak.

6. Le terme latin *pax* signifie en français « paix ».

7. M. Hardt et A. Negri, *Empire*, Cambridge, Harvard University Press, 2000.

8. Organisation terroriste qui avait récemment attaqué des ambassades américaines en Afrique de l'Est ainsi qu'un bâtiment de la marine américaine qui faisait escale dans un port du Yémen.

Ce qu'il importe de souligner ici est que, quels que soient les motifs invoqués par les néoconservateurs, les journalistes et la population américaine n'ont pas contesté cette aventure tant ils étaient persuadés que les États-Unis en sortiraient vainqueurs. Certes, l'armée de Saddam Hussein fut aussi facilement abattue que sa statue, mais peu d'experts pensaient alors que l'Irak deviendrait un borbier en proie à toutes formes de résistances et de guerres civiles larvées. Tout le monde comptait sur l'invincibilité des Américains⁹.

Sans trop spéculer sur l'issue de ces conflits, je rappellerai que, plus que le discours de Reagan à Berlin, ce sont les talibans et les Tchétchènes qui ont mis fin à l'empire soviétique. Il n'est donc pas impossible que, face à l'exaspération de l'intégrisme islamique dans cette région, l'empire capitaliste américain connaisse le même sort.

■ 3^e PARTIE

Incidence des performances militaires de la France et des États-Unis sur la carte écran radar de leurs citoyens communicants

On aura compris que la précédente conclusion pessimiste sur l'avenir du capitalisme occidental provient d'une pensée façonnée par l'histoire militaire des Français plutôt que des Anglo-Saxons. Effectivement, rares sont les penseurs d'expression anglaise qui ont envisagé que leur empire puisse s'écrouler. Dans *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*¹⁰, l'Américain Samuel Huntington envisage que d'autres puissances puissent menacer les États-Unis, mais il conclut qu'en cas de conflit ils en sortiraient remodelés, mais gagnants. Paul Kennedy, historien anglais, imagine dans *Naissance et déclin des grandes puissances*¹¹ qu'ils pourraient connaître un déclin relatif au XXI^e siècle. Un seul auteur américain, enseignant à Duke, Michael Hardt (probablement d'origine germanique), associé à un Italien, Antonio Negri (qui, en plus, a enseigné à Paris), soutient que l'Empire sera défait par la multitude¹².

Bref, contrairement à la plupart des Européens continentaux, les Anglo-Américains sont persuadés d'avoir vécu, à travers l'histoire des peuples anglophones, ce qui, pour Hitler, n'aura été qu'un rêve fou, un « Reich »

9. Pour illustrer ce problème, je n'évoquerai ici que l'ouvrage de deux grands experts français des affaires internationales, des États-Unis et du terrorisme, G. Chaliand et A. Blin, *America Is Back: les nouveaux césars du Pentagone*, Paris, Bayard, 2003.

10. S. Huntington, *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, New York, Touchstone, 1997.

11. P. Kennedy, *Naissance et déclin des grandes puissances*, Paris, Payot, 1989.

12. A. Negri et M. Hardt, *Multitude: guerre et démocratie à l'âge de l'Empire*, Montréal, Boréal, 2004.

anglo-saxon de mille ans ! Depuis 1066, ni les Britanniques ni les héritiers de leur hégémonie en Amérique du Nord n'ont connu « d'invasions barbares ». Imaginer « le déclin de l'Empire américain » ne peut être qu'un fantasme de Français¹³ ou le titre ironique qu'un cinéaste québécois a donné à ses films¹⁴.

Il y a, dans l'univers mental, dans la toile de fond de la carte écran radar de tout citoyen communicant américain, et probablement anglais, la croyance en la toute-puissance de l'être humain, en tout cas, de l'être humain anglo-saxon !

Pour eux, il n'y a rien qui s'impose à l'homme, rien qui le transcende. Il n'y a pas de problèmes réels ! Il n'y a que des réalités communicationnelles inventées par l'homme¹⁵ et donc humainement modifiables et perfectibles. Il suffit d'avoir un rêve, « *the American Dream* », et de le réaliser ! C'est en décrivant son rêve, « *I Have a Dream!* », que Martin Luther King Jr. a réussi à rendre les Noirs, ex-esclaves et citoyens de seconde classe, partie prenante de l'américanité et, si David Hackett Fischer considère que Samuel de Champlain est, avec Thomas Jefferson, l'un des fondateurs de l'américanité, c'est bien, comme le suggère le titre de son ouvrage (à paraître) *Champlain's Dream*, parce qu'il a réalisé son rêve d'établir une société hybride sur le continent américain.

L'« *enactment* », le passage du concept à l'acte, requiert d'opter pour une stratégie qui implique la synergie des volontés des personnes concernées. Il y a deux stratégies.

La première, « la conversation républicaine¹⁶ », permet à tous les membres d'une collectivité de s'informer et de débattre de la meilleure décision à prendre. Une fois obtenu le consensus ou la majorité, il ne reste plus qu'à passer à l'action, et la réalité qui n'était que communicationnelle devient « la réalité ».

13. E. Todd, *Après l'empire. Essai sur la décomposition du système américain*, Paris, Gallimard, 2002.

14. Je pense ici aux films du cinéaste québécois Denys Arcand, *Le déclin de l'empire américain* et *Les invasions barbares*, dans lesquels, si j'ai bien compris, il ridiculise la façon dont des universitaires québécois partagent, trop servilement, les élucubrations et revirements idéologiques des intellectuels français.

15. Le titre d'un ouvrage de l'historien américain Daniel Boorstin, *Les découvreurs... ces hommes qui inventèrent le monde* (Paris, Laffont, 1986), me semble très révélateur de cette conviction américaine que « le chercheur invente », alors que pour les Européens, « il découvre » !

16. « *Town Hall Meetings* », débats publics dans les tavernes ou les temples protestants, ou encore « *Pow Wow* » des pionniers imprégnés de l'esprit de la Frontière lorsque, pendant les haltes de la Conquête de l'Ouest et protégés par leurs chariots disposés en cercle fermé, ils négociaient et planifiaient ensemble la poursuite de leur épopée.

L'autre méthode, plus oligarchique que démocratique, n'implique qu'un petit groupe d'acteurs. Des leaders se concertent et décident de la réalité communicationnelle qui leur convient. Il leur faut ensuite réussir à l'imposer, par diverses stratégies de manipulation, au reste de la population dont la coopération est indispensable à la réalisation du projet. Une fois les recrues convaincues, il n'y a plus qu'à passer à l'action et la réalité tout court apparaît. Cette démarche relève du « pragmatisme managerial¹⁷ » dont l'objectif est de créer, par une simple énonciation, une situation irréversible, un « fait accompli ». On a pu constater, à propos de la seconde guerre d'Irak, que Dick Cheney, George W. Bush et les néoconservateurs étaient de très grands experts en ce genre de leadership.

Si les Américains croient que les êtres humains sont en mesure de tout accomplir en s'organisant grâce à des consultations démocratiques ou oligarchiques, les Français, trop souvent confrontés à des forces qui les dépassent, donnent l'impression d'être fatalistes.

Ne croyant pas, comme les musulmans, que l'avenir soit écrit, les Français sont convaincus que le sens est dans le texte et qu'il convient d'apprendre par cœur l'unique signification des mots qui, comme les éléments d'une formule magique, ne peuvent représenter leurs référés que s'ils sont parfaitement orthographiés, accordés selon les règles de la syntaxe et prononcés par les autorités reconnues compétentes. Comme les peuplades primitives, victimes des forces de la nature et de l'adversité tribale, ils fétichisent les symboles (signifiant) en les confondant, tels des amulettes, avec ce qu'ils représentent (signifié)¹⁸.

On est loin des formulations approximatives et des abréviations américaines où ne comptent que la rapidité et l'efficacité de la communication et où l'étymologie passe à la trappe. En France, le sens ne doit jamais être localisé dans l'esprit du destinataire.

17. Attention, la notion de « pragmatisme » est prise ici dans le sens que lui confère le linguiste anglais J.L. Austin dans son ouvrage *Quand dire, c'est faire* et qui veut que le simple fait d'énoncer un acte correspond ou entraîne la réalisation effective de l'acte. Par exemple, le « Je vous marie » ou le « Je te baptise », « Je déclare la guerre à l'Irak ». Dans ce cas, il est évident que la coïncidence de l'énoncé avec l'acte est imputable à l'autorité investie dans le rôle du sorcier, du prêtre ou du maire et du chef d'État. Le pouvoir de ces derniers repose sur la crédulité de leurs citoyens ou paroissiens. Cela n'a pas grand-chose à voir avec le sens commun qui s'inspire plutôt des travaux de William James où pragmatisme est opposé à idéologie.

18. Je me suis efforcé d'expliquer plus amplement cette affirmation dans : « "Étudier la communication" ou pratiquer "les sciences de l'information et de la communication" ? » publié dans l'ouvrage dirigé par Johanne Saint-Charles et Pierre Mongeau, *Communication : horizons de pratiques et de recherches*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2005, p. 7-28.

Pour les Français, il y a toujours des forces externes incontournables. Ils exigent que le poids de l'histoire, les pesanteurs culturelles ou religieuses leur soient imposés par des structures et des institutions que leur docilité même rend inamovibles¹⁹. Pour eux, l'être humain est soumis à des forces objectives qui le transcendent.

Contrairement à l'Américain qui est convaincu qu'il a le pouvoir de construire le sens de l'histoire en l'inventant et en concrétisant la conception qu'il en a, le Français croule sous le poids de « réalités » qui s'imposent avec toute leur signification univoque.

Pour faire le lien avec de grandes théories de la communication en vogue de part et d'autre de l'Atlantique, je dirai que je soutiens que si les Français, comme les Italiens et beaucoup d'autres Européens, ont tendance à trouver le sens dans les textes (comme le veulent la linguistique de Ferdinand de Saussure, le structuralisme de Claude Lévi-Strauss et la sémiologie d'Umberto Eco) ou qu'ils ont tendance à capituler devant des inerties sur lesquelles l'homme (le Français) n'a pas de prise, comme le capital culturel, social ou économique (inerties considérées comme « déterminantes » par Pierre Bourdieu), les Américains, conformément à ce qu'ils ont retenu de l'histoire militaire des Anglo-Saxons, sont portés à croire que c'est dans leur esprit à eux, ultimes inventeurs du sens, que se trouve la signification de tout ce qu'ils découvrent (comme le veut le constructivisme de Richard Rorty) et que c'est à eux que revient la tâche de transformer (« *enactment* ») le sens qu'ils ont inventé, en réalité par le biais des conversations républicaines ou du pragmatisme managérial (comme le suggèrent la sémiologie de Charles Sanders Peirce et le « psychologisme managérial » de Lee Thayer)!

■ Conclusion: y a-t-il là matière à amélioration de nos conceptions et pratiques de la communication ?

Ayant cherché à être très bref du début à la fin, je n'ai pu m'empêcher de tomber dans la caricature en voulant faire vite. On a bien compris que l'opposition que j'ai faite entre la France et les États-Unis a porté sur les aspects les plus révélateurs et qu'il y a entre les deux pôles dépeints des positions beaucoup plus nuancées.

On pourrait trouver des Américains à Paris et même à l'Élysée, à la tête de l'État français, comme on peut observer quelques traits européens chez le président des États-Unis. Sarkozy, parvenu, partage l'idéalisme américain et pense que des changements significatifs peuvent être rapidement

19. C'est sans doute ce genre de constat que fit le général de Gaulle lorsqu'il s'exclama : « Les Français sont des veaux ! »

imposés par des méthodes qui se rapprochent du pragmatisme managérial, si cher à Bush. Ce dernier, héritier de son père, pour ne pas dire fils à papa, compense ses faiblesses d'élocution et son manque de classe par une rigueur vestimentaire et protocolaire ostentatoire, tout en jetant, sur ses publics, un regard préventivement vindicatif, arrogant et condescendant, typique d'un parfait Français. Obama²⁰, par contre, à mon humble avis, a toutes les caractéristiques de l'américanité. Mais, pour que cet avis soit partagé par une majorité d'Américains, il faudrait que la guerre de Sécession ait bien cessé; ce qui n'est pas si sûr! À suivre...

Qu'en est-il du Québec et de la carte écran radar des Québécois ?

Étant retraité, je n'ai plus de raisons de sombrer dans la démagogie. Mais toute mon expérience d'enseignant et tout ce dont j'ai été témoin au cours des quarante années que j'ai passées au Canada m'interdisent aussi de revenir à des propos de maudit Français!

Sans flagornerie, il me semble que les Québécois, ne cherchant à s'inspirer ni des Américains ni des Français, en étant tout simplement eux-mêmes, ont spontanément fait une excellente synthèse des deux modèles. Ils le doivent, peut-être, à leur propre histoire. Comme ils la connaissent mieux que moi et que c'est, principalement, à eux que je m'adresse ici, dans cette conclusion, où je dois être bref, je me garderai bien de l'évoquer.

Même s'ils sont persuadés que la mer anglophone qui les entoure peut les engloutir d'un jour à l'autre s'ils ne se battent pas sans cesse pour faire valoir leurs droits linguistiques, ils considèrent que la géographie fait d'eux des Américains à part entière. Ils partagent donc l'idéalisme américain et pensent qu'en travaillant fort leurs rêves sont réalisables.

Plus que les Américains, ils pratiquent la conversation républicaine dans les différentes organisations, associations, assemblées et regroupements liés tant au travail qu'à la vie communautaire. Les débats sont bien gérés, la parole est accordée à toutes celles et à tous ceux qui la demandent, les temps de parole sont respectés et les autres écoutent attentivement dans le silence total. Je n'ai jamais vu la manifestation d'un tel respect de l'autre en France, où l'on se plaît à le ridiculiser ou à s'échanger des regards complices et à critiquer les propos du locuteur avec sa voisine, etc. Dans les conversations républicaines québécoises, l'engagement se fait essentiellement par la prise de parole. Les votes sur les questions délicates, surtout celles qui impliquent des personnes, se font à bulletin secret. Il y a donc, sur le plan des individus, dans les instances relevant de la démocratie directe, un respect exemplaire de l'autre, quel qu'il soit!

20. Candidat démocrate à l'élection présidentielle de 2008.

Quant à l'usage du langage, les choses sont un peu différentes. Le parler est, peut-être, le domaine où les jeux de distinction sont le plus apparents. Les classes sociales ne se distinguent plus par l'accès aux biens de consommation. Tout peut être acheté à crédit et les travaux manuels sont souvent aussi bien rémunérés que les activités intellectuelles.

Donc, la qualité de l'expression est recherchée, mais elle n'est prise en compte que dans les mondanités par des intellos et des snobinards, tournés en dérision dans les films de Denys Arcand. À vrai dire, la société québécoise fonctionne très bien dans un français aussi approximatif que l'est l'américain par rapport à l'anglais d'Oxford et de Cambridge. Ce qui compte, c'est la compétence du spécialiste, peu importe le fait que ses phrases ne soient pas grammaticalement parfaites et que son style ne respecte pas la syntaxe ou l'étymologie des termes utilisés. Sur ce plan, même en ne s'exprimant qu'en français, le Québécois est incontestablement Américain ! Ce qui compte, c'est de comprendre à peu près (tsé j-veux dire !) ce que votre interlocuteur cherche à exprimer, la précision linguistique et le respect scrupuleux de l'étymologie étant envoyés sous le tapis !

Je suis donc heureux d'être parmi les Québécois, puisque – on l'aura compris – l'américanité m'attire, même si je reste convaincu qu'il existe des inerties qui contraignent la volonté de puissance des êtres humains et sous lesquelles on n'a pas encore réussi à trouver le point d'appui du levier qui permettrait de les déplacer.

Je terminerai toutefois sur un bémol. Je crois, comme Obama qui, en plus d'être idéaliste, se dit citoyen du monde, que la conversation républicaine doit être étendue à l'ensemble de l'humanité. Toutefois, comme on n'a pas encore trouvé une façon satisfaisante de le faire, on s'en remet, pour aller plus vite et être plus efficace, au pragmatisme managérial qui n'est qu'un pis-aller attribuable à notre manque d'imagination et de générosité.

Je crains que, comme dans beaucoup de nations où il y a représentation politique, où des délégués sont élus et investis d'un certain pouvoir et où ceux-ci sont sollicités par des « lobbyistes » et des citoyens plus importants que les autres, nous courrions le risque que l'égalité représentative de tous les citoyens ne soit plus respectée.

Il y a, bien sûr, les risques quasi universels de corruption par les plus riches et les plus puissants. Mais, encore, plus certainement, il y a surtout les risques que font courir les connivences entre gens du pays et gens de la même caste ou de la même classe sociale. Et au Québec, j'ai peur de voir réapparaître certains traits propres aux vieux pays où, ethnies, langues, religion et territoire ne font qu'un.

« Je me souviens » que, lâchés par l'armée vaincue et les élites rapatriées de la France, les citoyens francophones du Canada ont longtemps été dévalorisés par les anglophones. À la fin du XVIII^e siècle, les loyalistes, avec qui collaborait l'*establishment* catholique non rapatrié, les ont contraints, s'ils voulaient garder langue et religion, à se tourner contre les révolutionnaires américains. Des années plus tard, se sentant toujours méprisés malgré ce geste décisif, les patriotes du Québec tentèrent en vain de se révolter. Louis Riel, métis francophone du Manitoba, organisa la rébellion de sa communauté et fut pendu.

Cet état de fait amena les Québécois à se regrouper autour d'un nationalisme de résistance pour faire valoir leurs droits. Ils y sont plus ou moins parvenus grâce à la Révolution tranquille. La libération n'étant pas tout à fait parachevée, le nationalisme québécois oscille aujourd'hui entre résistance et conquête. Le défaut du nationalisme de conquête est d'être exclusif à la nation qui le promeut. Il privilégie et surprotège un peuple ou une communauté au détriment des individus qui en sont exclus²¹.

Il est incontestable qu'au niveau du fonctionnement de la démocratie directe tout individu y est l'égal de l'autre, quels que soient son genre, son appartenance ethnique, sa nationalité d'origine ou même sa langue (pour autant que ce soit le français ou l'anglais). Cependant, dans les dédales du fonctionnement de la démocratie représentative où, pour des raisons pratiques, la conversation républicaine est remplacée par le pragmatisme managérial, les leaders, parfois regroupés en « patentes », risquent de favoriser les membres de leurs communautés au détriment de celles et ceux qui ont l'air « étranges » !

C'est pourquoi il est souhaitable de faire progresser la conversation républicaine afin qu'elle puisse se substituer au pragmatisme managérial ; en attendant que l'on trouve un *modus vivendi* permettant aussi de nous libérer de l'incroyable pesanteur des langues.

21. J'ai développé cet argument dans « Le paradoxe de l'identité culturelle francophone dans les médias nord-américains », dans un ouvrage collectif dirigé par Fernand Harvey, *Médias francophones hors Québec et identité : analyses, essais et témoignages*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1992, p. 37-58.

■ PÉRIODE DE QUESTIONS

Croyez-vous à l'idée que le Québec et le Canada aient été des terrains moins fertiles à l'établissement d'une république et d'une démocratie? À une époque où l'on parle beaucoup de convergence des médias, de concentration de la propriété, la communication républicaine est-elle toujours possible?

JEAN-PIERRE BOYER: La première question demanderait un long développement. C'est une question que je me suis posée lorsque j'ai fait une édition critique du livre de Thomas Paine. Comme je l'ai mentionné, il est certain que les Canadiens français et aussi les Anglais étaient sensibles aux idéaux des Lumières et à leur diffusion.

À cette époque, sous le régime anglais, les Canadiens français étaient dans l'impossibilité d'occuper des postes de fonction publique, parce qu'ils étaient catholiques. Calvet, qui était huguenot¹, avait été autorisé à occuper une fonction de juge de paix. Il faut tenir compte du contexte de l'époque, après la Conquête, contexte qui rendait difficile une sorte de développement de la réflexion sur les idées démocratiques.

Le mérite revient en grande partie à des notables éclairés, qui étaient très sensibles à la situation. C'est d'ailleurs ces notables qui formeront les patriotes et qui remettront en question la limite octroyée au gouvernement par les autorités britanniques. Ce n'était pas un gouvernement souverain et la démocratie était tronquée.

1. Protestant français.

C'est dans l'apprentissage des limites du modèle parlementaire de l'époque, qui était quand même intéressant du point de vue électoral, que nous avons réalisé que les pouvoirs du parlement étaient extrêmement limités. C'est dans l'apprentissage et dans les constats de ces limites que la conscience démocratique plus vive s'est développée.

L'apprentissage s'est fait dans des luttes qui ont échoué dans bien des cas, mais l'entêtement des Québécois, et le fait que le peuple québécois soit épris de justice et de liberté, tout autant que les autres peuples, a fait qu'il était normal d'en venir là.

Il est certain que le niveau d'éducation politique n'était pas développé. Dans un contexte où la religion dominait et où le clergé menaçait les sympathisants des insurgés américains, en disant, par exemple, qu'on allait leur refuser les sacrements, il était difficile de créer et de participer à un espace démocratique. On évoquait aussi l'épître aux Romains de Saint-Paul qui disait que l'autorité vient du Roi et que quiconque s'oppose à l'autorité du Roi, dans ce cas le roi d'Angleterre, peut être excommunié.

Donc, il y avait beaucoup d'entraves, de contraintes au-delà desquelles il fallait passer pour aménager un espace de liberté et d'expression démocratique.

Ma réponse est un peu schématique, mais je pense que si l'on documente bien le supposé mythe de l'infériorisation des Canadiens français et leur non-disposition à la démocratie, on conclura qu'il s'agit d'un mythe et peut-être même d'un peu de racisme.

RENÉ-JEAN RAVEAULT: Il y a aussi le fait que les Américains ont fait une révolution dite bourgeoise, tout en chassant les loyalistes qui, par la suite, sont venus s'établir au Canada. Donc, il y a eu un effet pervers sur le Canada dans le sens où il y a eu un ralentissement des idéaux américains en sol canadien.

En ce qui concerne la deuxième question, conversation républicaine et convergence des médias, il faut rappeler qu'au début de la Révolution américaine l'essentiel de l'information, et sa diffusion, se faisait dans les chapelles, dans les lieux de culte protestant où les gens recevaient de l'information et où les journalistes véhiculaient l'information d'un lieu à l'autre. Ils n'étaient que les porte-parole des gens qui conversaient. La priorité était la conversation citoyenne. Pour James Carey, la fin de la conversation républicaine est arrivée à partir du moment où les journalistes ont prétendu parler au nom de l'opinion publique, qui s'exprime surtout par les sondages. Le problème des sondages, c'est qu'ils sont faits non pas en fonction des intérêts des sondés, mais en fonction des intérêts des sondeurs. Ils posent donc des questions qui n'intéressent que les sondeurs et pas

forcément les sondés. Donc, il y a toujours un décalage entre l'opinion publique vécue et l'opinion publique sondée. La conversation républicaine a ainsi été relativement mal menée au profit des spécialistes de l'opinion.

La conversation républicaine est en voie de disparition, à moins qu'elle ne soit ressuscitée par Internet. Mais cela reste à voir.

JEAN-PIERRE BOYER : Paradoxalement, plus les médias sont en concurrence, plus ils se ressemblent. Donc, je pense qu'avec la convergence il y a un effet d'uniformisation. Si l'on regarde les dix dernières années, les différences entre la télévision privée au Québec et la télévision publique, à quelques exceptions près, se sont tout à fait estompées.



LES MÉDIAS AMÉRICAINS

■ **John R. MacArthur**

*Les médias américains:
le point de vue d'un Américain*

■ **Richard Héту**

*Les médias américains:
le point de vue d'un Québécois*

Période de questions

■ LES MÉDIAS AMÉRICAINS : LE POINT DE VUE D'UN AMÉRICAIN

JOHN R. MACARTHUR

Président et éditeur, *Harper's Magazine*

J'ai presque fait carrière à critiquer les médias américains. J'ai commencé par hasard, après la première guerre du Golfe¹. Comme ancien journaliste, devenu éditeur d'une revue, j'ai participé à un procès contre le Pentagone pour revendiquer le droit de la presse d'avoir un peu plus de liberté en faisant des reportages sur la première guerre du Golfe qui était, vous vous rappellerez, l'une des guerres les plus censurées de l'Histoire.

En tant que demandeur dans ce procès, j'ai été invité par un éditeur à écrire un livre sur les questions de censure et de propagande lors de la première guerre du Golfe. C'est devenu mon premier livre. Il s'intitule *Second Front*². Ce que j'ai remarqué lors de cette guerre faite sous de faux prétextes, c'est que j'ai eu très peu d'influence sur mes collègues. À preuve, vous connaissez cette histoire d'armes de destruction massive et la participation de la grande presse américaine, notamment le *New York Times* et le *Washington Post*, qu'on croyait plus objectifs, dans la campagne de propagande menée aux États-Unis lors de la guerre en Irak.

Quand on parle d'argent et de médias, il ne faut pas tomber dans les clichés, car, lorsque je parle du reportage frauduleux fait par le *New York Times* à l'automne 2002, je parle d'un journal où, justement, le patron, le propriétaire, dit ne pas s'intéresser uniquement à l'argent. Il distingue ses actions boursières personnelles de celles qu'il échange à la Bourse pour mieux protéger le journal contre l'influence malsaine de l'argent. Le patron,

1. 1990-1991.

2. J. MacArthur, *Second Front : Censorship and Propaganda in the 1991 Gulf War*, New York, Hill and Wang, 1992.

le propriétaire, se dit d'abord éditeur avant d'être un homme d'affaires. Le *New York Times* et le *Washington Post* sont gérés par les héritiers de ces grandes familles respectables qui se croient journalistes ou éditeurs avant d'être des hommes d'affaires. Ce sont eux qui ont fait les pires dégâts contre l'intérêt public.

En septembre 2002, Tony Blair et George Bush se sont présentés à une conférence de presse, à Camp David, et ont déclaré qu'ils avaient en main un nouveau dossier sur les capacités nucléaires de Saddam Hussein, un dossier préparé par l'Agence internationale de l'énergie atomique de l'ONU. Ils ont dit très clairement: nous avons ce nouveau dossier. Et ils se sont adressés à une foule de journalistes, dont les plus grands journalistes du *New York Times* et du *Washington Post*. Personne n'a demandé à voir ce fameux dossier. Personne! Donc, le lendemain, à la une de plusieurs journaux aux États-Unis, non seulement il y avait un article qui décrivait les supposées capacités nucléaires de Saddam Hussein, mais on disait aussi que Saddam allait, dans les six prochains mois, créer ou fabriquer une bombe atomique. Parallèlement à cette grande nouvelle, il y avait un article à la une du *New York Times* qui racontait que l'Irak avait essayé d'acheter des tubes d'aluminium pour contribuer à la production d'une bombe atomique. Ça, c'était sous la plume de Judith Miller et de Michael Gordon du *New York Times*.

À partir de cet instant, les membres les plus influents de l'administration Bush se sont présentés aux grandes émissions de télévision en disant: «Voilà l'article du *New York Times*, qui vous explique comment Saddam Hussein va faire sauter le monde.» On cite le journal le plus prestigieux du monde, le *New York Times*. Reste que les faits présentés par le *New York Times* étaient soufflés en coulisses par Dick Cheney et le personnel de son bureau. Donc, les gens qui faisaient la propagande citaient des reportages qui avaient été donnés au journal par les mêmes propagandistes.

C'était la panique aux États-Unis et, à partir de ce moment, ce n'était plus possible d'arrêter le train en marche. Il y a des gens qui ont fait du très bon travail. Par exemple, Scott Ritter, ancien inspecteur de l'ONU, qui a fait de son mieux pour démentir, pour nier les mensonges sur les questions de la bombe atomique de Saddam Hussein. J'ai également fait de mon mieux, et il y a beaucoup de gens qui ont fait de leur mieux. Quelques-uns ont fait de leur mieux pour arrêter le train en marche, mais, à partir du vote du 11 octobre, le Congrès a autorisé Bush à faire n'importe quoi pour empêcher Saddam de continuer son programme «nucléaire». Le débat aux États-Unis était terminé.

Lorsque, quelques mois plus tard, Collin Powell a fait sa fameuse présentation devant l'ONU et qu'il a parlé de l'existence de nouvelles preuves sur les laboratoires mobiles de l'Irak, la presse a encore avalé les propos de

l'un des porte-parole les plus respectables de l'administration Bush. J'estime que les États-Unis viennent de vivre une époque horrible dans l'histoire des médias américains.

Si vous pensez que l'esprit de Woodward et Bernstein³ et de Seymour Hersh⁴ dominent les pensées des grands journalistes en Amérique, eh bien, vous avez tort. La grande majorité des journalistes américains sont devenus des fonctionnaires, au service du pouvoir. Je ne parle pas de l'argent, car c'est très rare qu'on achète un journaliste en Amérique. Par contre, on peut se vendre au pouvoir par d'autres moyens. Un journaliste pas très important peut le devenir s'il devient le « tuyau fiable » du pouvoir. Judith Miller n'était pas riche, mais elle est devenue célèbre en faisant le travail et en présentant les nouvelles que le pouvoir voulait qu'elle présente au grand public. Elle en a payé le prix, c'est vrai. Elle a été renvoyée pour son faux reportage. Mais il y en a bien d'autres qui ont survécu au scandale des armes de destruction massive.

D'ailleurs, je bute sur ces mots, armes de destruction massive, qui confondent trois types d'armes très distinctes : bombe atomique, armes chimiques et armes biologiques. Dès que l'idée d'une bombe atomique fabriquée par Saddam Hussein a été démentie par les experts, vers décembre 2002, l'Administration a continué de parler d'armes de destruction massive, parce qu'elle savait que, pour la grande majorité des Américains, lorsqu'on entend ces mots, on pense à la bombe atomique.

Aujourd'hui même, on continue, dans la grande presse, à pratiquer l'autocensure et à malmenager le public américain. Il y a un an et demi, par exemple, lorsque le *Washington Post* a dévoilé l'existence des prisons secrètes gérées par la CIA, il a aussi refusé de divulguer les lieux de ces prisons. Pourquoi ? Pour protéger sa source ? Pour ne pas donner l'impression d'être anti-Administration ? Prétextant que le journal avait peur des représailles contre le personnel américain qui gérait ces prisons, le *Washington Post* a catégoriquement refusé de dévoiler cette information. Si l'on suit cette logique, on n'aurait jamais dû dévoiler les photos d'Abou Ghraib de peur de susciter les représailles du monde arabe. Le *Washington Post* n'a pas fait son travail correctement, et on ignore toujours l'emplacement de ces prisons secrètes.

Autre exemple. Le *New York Times*, avant la dernière élection présidentielle, savait que l'Agence de sécurité nationale faisait de l'écoute illégale. Le journaliste James Risen a appris cela, mais la direction du *New York Times*

3. Bob Woodward et Carl Bernstein sont célèbres pour avoir révélé, en 1972, le scandale du Watergate, lequel a entraîné la démission du président Richard Nixon.

4. Seymour Hersh est un journaliste spécialisé dans la politique américaine et les services secrets.

a refusé de publier ces informations avant l'élection de novembre 2004 en disant qu'il n'était pas de l'intérêt national de révéler ces faits. Le scandale aurait été d'une grande envergure et Bush, je crois, aurait perdu l'élection de 2004 si le *New York Times* avait dévoilé l'existence de cette écoute illégale. Le *New York Times* a finalement publié l'article en décembre 2005, mais un an après les élections, et le rédacteur en chef du *New York Times* a défendu sa décision en disant que l'opinion publique avait évolué depuis 2004. Ce n'est pas du journalisme, c'est de la politique.

■ LES MÉDIAS AMÉRICAINS: LE POINT DE VUE D'UN QUÉBÉCOIS

RICHARD HÉTU
Journaliste, *La Presse*

Ce colloque m'interpelle de façon très personnelle. D'abord par son titre « *Born in the U.S.A.* » et, ensuite, par sa date, le 4 avril.

Si l'on parle de l'influence des médias et des biens culturels américains sur l'imaginaire des Québécois et sur ce que cela peut les inciter à faire, je pense qu'il s'agit d'un bon départ.

Lorsque, à l'adolescence, j'ai entendu pour la première fois les douze guitares qui sont utilisées dans l'introduction de la chanson *Born to Run*¹, j'ai été, je dirais, « électrocuté ». Dès lors, je me suis intéressé aux États-Unis et cela jusqu'à y vivre. Même si j'ai grandi dans une famille pure laine où Vigneault, Leclerc, etc., avaient leur place, pour moi, Bruce Springsteen représentait une certaine idée de l'Amérique.

Le premier appartement que j'ai eu à New York se trouvait à Harlem. C'est pour faire du journalisme que j'y étais, mais il y avait derrière des influences qui n'avaient rien à voir avec le journalisme.

Le 4 avril 1968, Martin Luther King est assassiné. King a été, et cela dès l'enfance, et bien avant Bruce Springsteen, mon idole. Comme je suis à moitié noir, la cause défendue par King m'a toujours tenu à cœur. Le journalisme, évidemment, m'a aussi offert des idoles. Woodward et Bernstein, très certainement. Ils ont tous influencé mes choix. King, Woodward, Bernstein étaient pour moi des incarnations de ce que pouvaient représenter les États-Unis. Ces gens se sont battus contre un certain mal, et ils ont puisé leurs arguments dans les textes fondateurs des États-Unis,

1. De l'album *Born to Run* de 1975.

de même que la protection dont ils avaient besoin pour mener leur cause à terme. Je pense notamment à King et à son fameux discours à Washington où il cite la Déclaration d'indépendance des États-Unis et ses dispositions voulant qu'il existe des vérités évidentes comme le fait que les hommes soient créés égaux.

Il y avait un certain romantisme dans ma relation avec les États-Unis. Je voyais les États-Unis comme un pays qui véhiculait des idéaux auxquels je pouvais m'identifier, qui pouvaient changer le monde, notamment la cause des Noirs.

Woodward et Bernstein, jeunes, inconnus, ont contribué, grâce à leur enquête, à la démission d'un président des États-Unis. Cette enquête est le fruit de la protection dont jouissent les journalistes en vertu du premier amendement de la Constitution américaine². Ce cas, aussi, était porteur d'un certain romantisme. Armé de cet amendement, un jeune journaliste pouvait se lancer à la recherche de la vérité et obtenir l'appui de son patron pour publier des choses qui peuvent secouer l'État. Je crois qu'il y a un certain intérêt à savoir quelles sont les idées et les circonstances qui font qu'un jeune Québécois décide éventuellement d'aller en poste aux États-Unis.

Mon premier séjour à New York s'est déroulé en 1989. C'était au plus fort de la crise du crack. La criminalité était à son sommet, mais moi, à l'époque, ce qui me fascinait c'était ce qui se passait en Europe de l'Est avec l'effondrement de l'Empire soviétique. Je me souviendrai toujours de ce jour où, en Tchécoslovaquie, un syndicaliste, sur une tribune, a récité la Déclaration d'indépendance des États-Unis, rappelant ainsi que ces valeurs, définies aux États-Unis, s'adressent aussi aux Tchèques, aux Slovaques, etc.

L'autre raison pour laquelle je me sens interpellé par ce colloque est le fait que mon fils et ma femme sont nés aux États-Unis. Ça change beaucoup le regard que j'ai. Ce n'est plus seulement un regard d'observateur, mais, de plus en plus, celui d'un citoyen. D'ailleurs, après avoir obtenu ma carte verte, je me demande si je ne devrais pas faire le saut suivant, c'est-à-dire demander la citoyenneté américaine. Mais là, il y a tout un questionnement philosophique qui accompagne cette décision, et il n'est pas encore fait.

2. 1791 : Le Congrès ne pourra faire aucune loi concernant l'établissement d'une religion ou interdisant son libre exercice, restreignant la liberté de parole ou de la presse, ou touchant au droit des citoyens de s'assembler paisiblement et d'adresser des pétitions au gouvernement pour le redressement de leurs griefs.

Je sors d'une entrevue à Télé-Québec. Comme invité, il y avait Mario Dumont³. Lorsque je me suis réinstallé à New York, en 1994, je prétendais qu'il existait un écart de quelques années avant qu'un phénomène américain se produise au Québec.

Mario Dumont, à mon avis, bien qu'il soit très habile pour présenter ses idées, est en réaction. Si je regarde les sujets qui l'ont intéressé, ce à quoi il s'est identifié, on reconnaît des idées présentées par les républicains du Congrès ou de la Maison-Blanche. Monsieur Dumont semble accompagner des mouvements qui sont conservateurs ou réactionnaires. Le jour où il sera élu, on dira « Ah, les États-Unis, par comparaison, sont devenus plus progressistes, plus à gauche ». On voit que, dans ce cas, le Québec aura été en retard d'une « révolution ». J'utilise le mot révolution avec des guillemets, bien sûr. Toutefois, il y a, à mon avis, un écart, et Mario Dumont *surfe* peut-être sur un mouvement qui se meurt aux États-Unis.

Un sondage tout récent, réalisé en mars dernier, note que la marque républicaine, *the brand*, est en chute libre, notamment à cause de la guerre en Irak. Cette guerre, aujourd'hui, est identifiée aux républicains et elle est un boulet. Il y a aussi toutes les positions radicales qui ont été adoptées par les républicains du Congrès et de la Maison-Blanche. Je pense notamment à l'affaire Terri Schiavo, cette femme, en Floride, qui était branchée à un respirateur artificiel. Les républicains ont appuyé la démarche de la famille, c'est-à-dire le père et la mère, qui voulaient la maintenir en vie au détriment du mari qui, lui, voulait qu'elle soit débranchée. Les républicains se sont trompés et ont épousé la mauvaise cause.

Le sondage pose aussi six questions sur l'homosexualité, la religion, la place des femmes dans la société, etc. En 1984, quarante-neuf pour cent des répondants avaient donné des réponses conservatrices à quatre des six questions. Cette année, ce pourcentage a baissé à trente pour cent. En 1990, on a demandé aux gens : « Les commissions scolaires ont-elles le droit de congédier des enseignants homosexuels ? » En 1990, quarante-neuf pour cent des gens avaient dit oui. Aujourd'hui, c'est vingt-huit pour cent. Alors, on voit que le conservatisme est peut-être en retrait et que les idées plus progressistes émergent. Deux tiers des gens interviewés se disent également disposés à ce que le gouvernement garantisse l'assurance médicale à l'ensemble de la population même si cela occasionne une hausse des impôts. Mario Dumont et Jean Charest, eux, parlent plutôt de baisse des impôts.

3. Chef du parti Action démocratique du Québec (ADQ).

On ne changera pas la nature du capitalisme, mais le ton et la nature des débats vont probablement changer. Le Québec aura peut-être un premier ministre plus conservateur en Mario Dumont et, à Washington, les Américains auront peut-être un président bien différent de celui qu'ils ont présentement.

J'étais récemment au cégep Édouard-Montpetit. J'ai demandé que les pro-Américains lèvent la main. Évidemment, personne n'a levé la main. Mais la qualité de l'écoute et les questions m'ont fait comprendre que les gens n'ont pas nécessairement lancé la serviette en ce qui concerne les promesses de ce pays. Ils ne sont pas nécessairement d'accord avec les décisions prises, mais l'intérêt est très élevé pour ce qui se passe aux États-Unis.

On l'a constaté, notamment à *La Presse*, en 2004, lors de la couverture de la campagne présidentielle. On n'a jamais vu une campagne susciter autant d'intérêt chez les lecteurs. *La Presse* a fait sa part en contribuant à un sondage qui mesurait l'opinion internationale face aux candidats. Le monde aurait souhaité la victoire de John Kerry. Le monde aurait aussi souhaité participer à cette élection, parce que les gens se rendent bien compte que le président des États-Unis n'est pas seulement président de ce pays, mais aussi, pratiquement, le président d'une communauté internationale.

■ PÉRIODE DE QUESTIONS

Vos vues sont totalement opposées. Est-il possible de les réconcilier ?

JOHN R. MACARTHUR : Richard Hétu a cet optimisme et croit toujours aux idéaux de l'Amérique. J'y crois également, mais je suis déçu. La Constitution américaine a été malmenée par Bush. Ce n'est pas seulement la question de l'Irak, c'est aussi la remise en question du quatrième pouvoir, c'est-à-dire les médias. Je ne sais pas s'il sera possible de retrouver l'esprit de combat et de confrontation qui doit être le nôtre.

Lorsque le premier ministre britannique se présente à une conférence de presse, les journalistes restent bien assis. Tous les journalistes se croient obligés de poser des questions difficiles. Lorsque vous assistez à une conférence de presse en Amérique, on dirait que c'est Louis XIV qui se présente à Versailles. Tout le monde est poli. On se tient debout jusqu'à ce qu'on ait donné l'ordre de s'asseoir. Un ami britannique a formulé une hypothèse : « Chez nous, c'est une monarchie et les journalistes ne croient pas, n'imaginent jamais qu'ils font partie de la structure du pouvoir. Il s'agit d'un royaume géré par un roi ou une reine. Chez vous, les journalistes et le peuple estiment être souverains et cela est très explicitement écrit dans la Constitution. Donc, quand un journaliste critique le pouvoir, c'est comme faire de l'autocritique. Ce n'est pas exactement le pouvoir qu'on critique. C'est nous. Nous, le peuple souverain. »

RICHARD HÉTU : On semble croire que je suis naïf.

JOHN R. MACARTHUR : Non. Un optimiste admirable.

RICHARD HÉTU : Optimiste naïf.

JOHN R. MACARTHUR: Américain, quoi !

RICHARD HÉTU: J'essayais d'expliquer l'état d'esprit dans lequel je me trouvais au moment de quitter le Québec. Cet état d'esprit a évidemment changé depuis. Un événement important est l'attentat à Oklahoma City. La première réaction a été d'accuser la filière musulmane ou islamique. Les terroristes étaient, au contraire, blancs et ultraconservateurs. Ils incarnaient un peu cette montée de la droite. En décembre 1998, la Chambre des représentants met Bill Clinton en accusation pour l'affaire Lewinski. 2001, c'est le 11 septembre.

Tout ce qui a suivi m'a fait perdre beaucoup d'illusions sur la qualité du *New York Times*. Il est toujours sensationnel, mais il est aussi manipulable. Cette espèce de vanité qui veut qu'on soit publié à la une a beaucoup joué, je pense, dans les décisions éditoriales du *New York Times*.

Je me demande si les États-Unis peuvent regagner la stature ou l'image qu'ils avaient. C'est un pays que je continue d'aimer, mais le doute s'est immiscé. La presse peut-elle retrouver le rôle qu'elle a déjà eu ? J'en doute aussi. La fameuse objectivité qu'on prêtait aux journalistes américains semble avoir été remplacée par un journalisme de combat, de parti. De plus en plus, on a l'impression que la presse américaine adopte le modèle européen, c'est-à-dire qu'on choisit les journaux ou les chaînes qui vont refléter une certaine ligne de pensée.

M. MacArthur, lorsque vous avez un tel discours devant un auditoire américain, quelle est la réaction de celui-ci ?

JOHN R. MACARTHUR: D'habitude, on m'ignore. C'est l'indifférence. L'indifférence est la meilleure tactique pour éliminer l'opposition. Lorsque je suis invité à participer à une émission de télévision, c'est souvent annulé, car on ne trouve pas d'opposition.

Si le New York Times a reconnu son erreur, pourquoi répète-t-il ce genre d'erreur ? Et ce genre d'erreur, est-ce que ça relève de quelques journalistes ou du journalisme lui-même ?

JOHN R. MACARTHUR: Pour faire carrière à Washington, ce que j'appelle Versailles, il faut rester à proximité de la cour. Le journalisme a un problème. On ne peut faire ce qu'on veut. Si l'on commence à faire ce genre de journalisme, on se retrouve vite congédié.

RICHARD HÉTU : À une époque, on constatait une diversité d'opinions dans les médias américains. Avec la poussée du conservatisme, il a été de plus en plus difficile d'avoir accès à une variété de points de vue. Il semble exister un retour des choses avec la baisse de popularité des républicains.

M. MacArthur, pensez-vous que les journalistes doivent divulguer leurs sources si la justice l'exige, et quelles en sont les conséquences sur le travail journalistique ?

JOHN R. MACARTHUR : Comme journaliste, je soutiens le droit de garder l'anonymat des sources. Si l'on ne voulait pas accorder aux journalistes et à la presse un tel droit, on n'aurait pas écrit le premier amendement. Toutefois, il est vrai que les escrocs abusent aussi de ce droit.

Pourquoi le New York Times a-t-il tellement changé ?

JOHN R. MACARTHUR : Le *New York Times* a toujours essayé de rester au centre et à proximité du pouvoir. Il a survécu à la guerre des quotidiens à New York. Il n'y a que trois quotidiens maintenant. Il y a cinquante ans, New York en comptait quatorze.

Avec Internet, vaut-il la peine de s'installer à New York ou aux États-Unis pour couvrir l'actualité américaine ?

RICHARD HÉTU : Internet est un outil de recherche qui nous rapproche les uns des autres. Cela n'enlève pas l'obligation d'aller sur le terrain. J'étais avec Hillary Clinton au New Hampshire. Comment couvrir un tel événement avec seulement Internet et donner l'impression aux gens qu'on est présent ?

Pourquoi Hillary Clinton a-t-elle approuvé la guerre en Irak ? Vous croyez que cette affaire va lui coûter l'investiture et la présidence ?

JOHN R. MACARTHUR : Bill Clinton a appuyé la politique d'intervention au Kosovo. Avec Madeleine Albright, il a décidé que la situation était urgente. Cette décision a servi de précédent pour Bush. Bush dit « il faut renverser cet horrible dictateur, Saddam Hussein ». Que pouvaient dire les Clinton ?

RICHARD HÉTU: J'ajouterais que la politique du changement de régime en Irak faisait partie des plans de l'administration Clinton. Est-ce que ça va coûter la présidence à Hillary Clinton ? J'ai l'impression que les gens qui vont participer à l'investiture ne se prononceront pas sur ce sujet. Ça va faire partie de l'ensemble des sujets.

*Quelle place prennent les intellectuels dans la société américaine ?
Constituent-ils un contre-pouvoir ?*

JOHN R. MACARTHUR: Aujourd'hui, à la télévision, au lieu de trouver un professeur de science politique ou d'histoire, on trouve un chercheur avec un titre pompeux qui travaille dans un institut subventionné. Il prétend être un expert. En réalité, c'est un ancien journaliste qui ne connaît rien sur l'histoire en question et qui va dire exactement ce qu'on veut qu'il dise.



L'EXPÉRIENCE CULTURELLE

■ **Isabelle Mahy**
Le cas du Cirque du Soleil

■ **Charles Perraton**
Disney et l'expérience culturelle

■ **Robert Goyette**
Le Sélection du Reader's Digest

Période de questions

■ LE CAS DU CIRQUE DU SOLEIL

ISABELLE MAHY

Professeure, Département de communication sociale et publique,
Université du Québec à Montréal

Mon propos porte sur le cas du Cirque du Soleil¹, lequel ne laisse personne indifférent. Fleuron de la créativité québécoise, reconnu mondialement, présent à Hollywood, à Las Vegas, à Macao, à Tokyo, sous chapiteau en tournée, dans les arénes, dans des salles conçues spécialement pour chacun des spectacles fixes, le Cirque du Soleil est une réussite incontestable, que l'on aime ou pas ce qu'il produit.

Il y en a que ça agace. Ne dit-on pas qu'ici, on aime les héros qui tombent au combat et qui se relèvent. On a plus de mal avec les héros qui réussissent sans tomber et peut-être que, spontanément, une distance se crée. Ils sortent de notre panthéon identitaire pour entrer dans un autre cercle de héros, américain celui-là.

Le Cirque réussit-il à échapper à l'influence américaine? À cette question, je réponds qu'il ne tente pas d'y échapper, car son identité est ailleurs, dans l'hypermodernité, celle qui puise à toutes les influences, que tous les courants intéressent. Je parlerai donc plutôt d'opportunisme et de choix stratégiques associés à une porosité esthétique qui fait du Cirque une caisse de résonance bien en phase avec son époque.

Je développerai mon propos en trois points. Tout d'abord, je vais exposer la tension dialectique qui surgit dès qu'on aborde la question du Cirque: on l'aime ou on le déteste. Nous verrons pourquoi. Ensuite, je vais traiter d'un des leviers de réussite du Cirque: sa maîtrise de la gestion

1. J. Mahy, *Artistes et managers, ethnographie du Cirque du Soleil*, thèse présentée comme exigence partielle pour l'obtention d'un Ph. D. en sciences humaines appliquées, Montréal, Université de Montréal, 2005.

stratégique du désir et finalement, j'aborderai ses pratiques d'enracinement, directement branchées sur les sources culturelles des lieux qu'il conçoit; des lieux à haute teneur poétique. Ces incursions permettront peut-être de nuancer les perceptions en redonnant sa juste place à la part d'américanité du Cirque sans l'y engloutir.

■ Dialectique circassienne

On le méprise, on le jalouse, on l'encense avec autant d'élan que d'émotion. En fait, il suscite les passions. Nous (le public) sommes entrés en rapport passionnel d'amour et de haine avec le Cirque, avec les années, avec le temps, au fil de ses choix et de ses propositions artistiques.

Ce rapport passionnel que nous entretenons agace nos sensibilités: nous nous sentons interpellés par les contradictions dans lesquelles le Cirque nous entraîne:

- ◆ Les choix esthétiques *versus* les attentes du public
- ◆ L'intégrité artistique *versus* la rentabilité;
- ◆ L'innovation *versus* le déjà vu;
- ◆ La présence d'un *jet set* circassien avec son entourage *versus* la plèbe qui ne peut pas s'offrir les tapis rouges réservés aux invités de marque;
- ◆ ... L'art *versus* les affaires.

Le Cirque suscite la polémique: a-t-il délaissé son identité que l'on voulait québécoise (pure laine?) pour se métamorphoser en une créature américaine (laine impure?)?

Le Cirque a-t-il perdu son âme et est-il devenu américain en s'installant à Vegas? *Sin City*² l'aurait-il dévoyé au point qu'il choque notre désir d'osmose, notre besoin profond de nous reconnaître en lui pour pouvoir jouer par ricochet de la fierté de cette réussite internationale?

Le Cirque est-il la quintessence de la réussite culturelle québécoise ou plutôt une grosse machine du *show-business* américain?

Est-il devenu honteux d'apprécier les œuvres du Cirque parce qu'elles sont aujourd'hui fréquemment associées au faste du *show-business* américain? Serait-ce devenu une question de morale? de rectitude artistique?

Je vous soumets l'idée que de poser la question de l'influence américaine sous cette forme nous fait glisser vers une lecture simpliste et peut-être un peu trop superficielle du phénomène circassien. Je vous propose

2. Las Vegas.

donc de regarder le Cirque en l'explorant quelques instants de l'intérieur, par ce qui se laisse dévoiler quand on s'y frotte par le biais de la recherche ethnographique.

■ Gestion stratégique du désir

On reproche au Cirque ses influences américaines. Ces critiques proviennent notamment des lieux où la tradition du cirque est florissante, comme c'est le cas en France. On compare le Cirque du Soleil au mouvement du Nouveau Cirque plus européen, plus épuré, moins grosse machine, dans lequel les troupes sont réduites, plus artisanales, plus ancrées dans leur milieu.

On reproche au Cirque d'agir comme on fait de la pêche en haute mer en raclant le fond des océans, comme on fait des coupes à blanc, en absorbant tout au détriment des autres. Le Cirque du Soleil agit en effet comme un moteur puissant, un attracteur étrange, qui canalise et mobilise les ressources autour de lui. C'est le privilège des entreprises qui sont les premières dans leur industrie ! En mobilisant des milliers d'artisans, c'est tout le milieu des industries de la création qui reçoit l'impulsion. Évidemment, voir des jeunes de la rue réussir à cette échelle, c'est le rêve américain...

Un autre reproche fait au Cirque est aussi directement lié à son succès. On le dit racoleur dans ses propositions – et par glissement, on le dit américain –, mais n'y a-t-il pas là un frémissement de jalousie de la part de ses détracteurs quand ils constatent l'efficacité de ses spectacles ? Encore une fois, sortons du carcan du « on aime ou on n'aime pas ». Je vous soumets plutôt l'idée que le Cirque est passé maître dans la « gestion stratégique du désir » et que cette habileté se manifeste aussi bien dans ses spectacles que dans ses projets architecturaux. Les concepteurs du Cirque cherchent le même Graal que les autres artistes : réussir à rejoindre, à toucher, à faire vivre une expérience unique au client qui en ressortira bouleversé et transformé. C'est l'art de créer une relation affective entre le spectateur et la marque. Il s'agit en fait de stratégie marketing.

Comment s'y prend-on pour créer une telle expérience client ?

Les motivations du spectateur sont comprises comme initialement celles du divertissement. Le client décide donc de s'engager (acheter un billet de spectacle) dans le but de se divertir et, ce faisant, lors du spectacle, il se trouve en situation d'évasion (il oublie tout le reste, le temps du spectacle) et en situation d'exploration, c'est-à-dire qu'il découvre un univers jusque-là inconnu de lui. L'expérience peut s'arrêter ici et le spectateur être satisfait, parfois au point de vouloir revivre le tout lors d'un prochain spectacle. Dès lors, il rachètera probablement un billet, car il s'est attaché à la marque, et il conviera peut-être d'autres personnes à partager son expérience avec lui.

Le plaisir peut s'arrêter là, mais, dans la mesure où l'exploration crée chez le spectateur un effet de surprise et de fascination suffisamment fort, sa carapace d'incrédule peut se fissurer, et l'humain se révéler, le temps d'un instant, en état d'ouverture. C'est à ce moment que le spectacle peut réussir à le toucher, à l'émouvoir même et, parfois, à mettre un baume sur sa vie, ce qui peut générer une bouffée d'espoir, un surgissement intérieur catalysé par le spectacle (Pensons simplement à la chanson *Alegria* de René Dupéré, devenue un véritable hymne à la joie un peu partout à travers le monde, au même titre que la neuvième symphonie de Beethoven qui avait traduit et rallié les espoirs du xx^e siècle.). Cette expérience intime et le spectacle étant dès lors associés, le spectateur se retrouve à ce moment en situation de relation affective avec la marque car il a donné un sens à la substance de son expérience et souhaite revivre de tels moments d'espoir.

Mais le prisme de l'expérience client ne s'arrête pas là. Le spectateur peut aussi participer à des événements, à des fêtes, il peut visiter des lieux animés par le Cirque, ne serait-ce que sous une tente d'invités de marque ou encore dans des lieux de création et d'animation artistique comme le Complexe Cirque qui avait été conçu pour être bâti à Montréal. Dans une telle situation, le client devient « spect-acteur ». Il pénètre à l'intérieur d'un lieu³ où il va vivre une expérience. Il ne regarde pas un spectacle se dérouler en dehors de lui et dont il reste à distance, ne serait-ce que physiquement. À l'intérieur du lieu, lui sont proposées des situations scénarisées qui visent à provoquer une « traversée du miroir », un passage dans un autre mode de pensée, un changement de paradigme de nature affective. Le *spect-acteur* entre dans un autre monde, surréaliste, où, subitement, plus rien n'est pareil.

Le plus important, comme le disent les créateurs, « ce n'est pas simplement de "stager" et puis de mettre des "features", mais c'est de parvenir à une vie ». Au même titre, le *spect-acteur* peut donc avoir envie de participer à cette vie surprenante qui lui est offerte, d'explorer dans l'action. Si c'est le cas, le *spect-acteur* enclenche inconsciemment son propre processus de création. Au fil des heures, en déambulant dans le lieu de fête, une osmose peut se produire. En prenant le temps de laisser infuser les sensations, les sentiments, le *spect-acteur* capte son environnement en laissant les impressions extérieures l'imprégner; il puise une inspiration de ce *maelström* esthétique et pourra éventuellement laisser émerger des idées auxquelles il donnera une forme qui découle de sa propre grammaire intime. Il osera peut-être ce qu'il n'ose pas d'habitude : danser sans retenue, se faire enduire de chocolat, s'abandonner au massage au milieu d'une

3. M. Maffesoli, *Notes sur la postmodernité : le lieu fait lien*, Paris, Éditions du Félin / Institut du Monde arabe, 2003.

foule de privilégiés qui aiment voir et être vus... C'est du moins ce qui est recherché. Les concepteurs du Cirque tentent de provoquer des brèches dans le réel en favorisant une ouverture par les sens, par la pensée du ventre. Obtenir cette réceptivité agit comme une pellicule étanche qui deviendrait poreuse. Un flot de sensations la traversent et atteignent leur but : les saveurs, les textures, les parfums, les sons, les regards et les caresses participent à la qualité affective du lien. Une fois le *spect-acteur* touché, rejoint, ému, un moment de remise à neuf peut alors se produire. C'est le « *reset* », un processus de renouvellement de l'énergie créatrice qui se met en marche. Il se produit à travers les aliments mangés, l'atmosphère captée, le bien-être ressenti, les soins reçus. Le tout participe à une exfoliation du réel, un nettoyage de l'être et du corps, un sentiment de renouvellement qui peut éventuellement prendre place, comme à l'issue d'une activité qui permet d'évacuer le stress. L'énergie rendue disponible est alors souvent source de création. On dit alors qu'on est recentré, ressourcé, plus serein, plus léger, parfois même transformé...

■ L'art du lieu poétique

Une autre habileté des artistes et concepteurs du Cirque est leur capacité à développer leurs projets en puisant dans la culture du monde et à s'ancrer dans le lieu physique, social et culturel où ils s'arrêtent. Par exemple, pour ce qui est du projet du Complexe Cirque de Montréal, l'équipe de création avait effectué des recherches historiques qui ont largement influencé la conception du lieu (Saint-Urbain/Sherbrooke).

Certains moments clés de l'histoire de Montréal sont ainsi devenus des repères porteurs de sens pour l'équipe. 1) La mer de Champlain, il y a environ 8200 ans, s'est retirée en découvrant une terre de grande fertilité, ce qui a laissé des traces sous forme de ridules, comme le terrassement de la côte Sherbrooke qui s'appuie sur le plateau du Mont-Royal. 2) Pendant une partie du XIX^e siècle, l'espace était occupé par de grands jardins paysagés appartenant à monsieur Guilbault. C'est lui qui fit venir le premier cirque à Montréal. Au nombre des animaux, figurait un hippopotame. 3) Dans les années 1940 et 1950, à l'École du meuble, les artistes automatistes, s'inscrivant dans le mouvement surréaliste, signent le manifeste du *Refus global*. Dans les années 1960, un artiste catalan s'installe à Saint-Hilaire. C'est Jordi Bonet. Une de ses œuvres monumentales, la murale installée au Grand Théâtre de Québec, porte son propre refus, une inscription de Claude Péloquin gravée comme une déchirure : « Vous êtes pas tannés de mourir, bande de caves ? » 4) Plus près de nous, en 1976, quelques jours avant l'ouverture des Jeux olympiques, le maire Jean Drapeau fait détruire toutes les œuvres de l'exposition Corridart disposées le long de la rue Sherbrooke parce qu'elles critiquaient sa politique.

Outre ces influences fécondes, l'équipe puise également à une poésie surréaliste. La libre association des thèmes de l'hippopotame et de Jordi Bonet à celui du cirque devient le déclencheur de l'histoire du projet imaginée par l'équipe de création. Un des éléments clés du projet est l'idée de la traversée du miroir, celui d'Alice au pays des merveilles, celui de Cocteau qui se noie dans le miroir en voulant le franchir. C'est l'accès à l'autre monde, à ce qui ne se voit pas mais qui se ressent.

Fusionnées au « *core business* » du Cirque qui est exclusivement tourné vers la célébration, vers la fête, vers un art de vivre qui reflète et inspire la socialité des tribus hypernomades occidentales du XXI^e siècle, ces inspirations irriguent le lieu qui sera conçu et lui auront donné une vie propre, une identité ancrée dans le tissu culturel, simplement par l'évocation de ses racines.

On peut facilement imaginer qu'un tel lieu vibre et résonne autrement qu'un cinéma multiplex, un centre commercial ou un musée d'art contemporain. La capacité de puiser dans la culture du monde en captant les rythmes, les pulsations et les angoisses est intrinsèque au processus de création. Est-ce américain ? Ce serait plutôt de l'ordre du vivant, de l'organique, relevant d'une écologie de l'esprit qui va de l'intime à l'universel sans édulcorer ou « disneyifier » le projet, comme Christopher Alexander⁴ le démontre en architecture depuis les années 1960 (*Pattern Language*). Ajoutons à cela une vision du projet qui comporte un axe de développement social qui passe par des actions concrètes et la promotion du travail des artisans québécois par la présence de leurs œuvres partout dans le lieu ; on peut alors imaginer le levier potentiel que représentait un tel projet pour tout un milieu et toute une industrie.

Pour conclure, le rapport passionnel que nous entretenons avec le Cirque du Soleil peut sans doute gagner en subtilité quand on commence à percevoir le rare équilibre qui existe entre l'art et le management, entre l'esthétique et la stratégie d'affaires, entre la fibre québécoise pure laine et celle du métissage d'influences et de pratiques qui font du Cirque une laine dont l'américanité n'est pas impure. Bien au contraire, elle est hypermoderne : elle représente l'expression la plus avancée des modes de production et de relations au sein du monde du travail, engendrée par les récentes mutations du capitalisme⁵.

4. C. Alexander, *The Phenomenon of Life. An Essay on the Art of Building and the Nature of the Universe. Tome 1 – The Nature of Order*, Berkeley, The Center for Environmental Structure, 2002.

5. L. Boltanski et E. Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll. « NRF Essais », 2004.

■ DISNEY ET L'EXPÉRIENCE CULTURELLE

CHARLES PERRATON

Professeur titulaire, Département de communication sociale et publique,
Université du Québec à Montréal

L'œuvre de Disney m'intéresse en tant qu'expérience culturelle, autant du point de vue du créateur de cet univers – puisque c'est de cela qu'il s'agit : un univers fait d'une somme impressionnante de productions culturelles (audiovisuelles et spatiales) et de produits dérivés¹ – que de celui de son public. Disney, c'est aussi un univers de sens qui pourrait être résumé par l'expression canonique bien connue : « Le monde merveilleux de Disney » ; un monde merveilleux qui, on le verra, a su se matérialiser dans des espaces aménagés.

La consommation des produits culturels de Disney nous expose à beaucoup plus que de simples représentations idéologiques et de futiles plaisirs esthétiques ; elle nous introduit dans un monde où les croyances et les désirs sont homogénéisés au profit d'une mondialisation des pratiques et de l'imaginaire des individus. Avec d'autres grandes entreprises, comme McDonald's, Nike et Benetton, Disney a largement conquis le monde et contribue aujourd'hui à la production d'une culture qui dépasse largement les frontières du pays où l'entreprise est née.

Je ne compte pas m'intéresser ici au contenu et à la forme des messages explicites et implicites ni aux dimensions économiques et organisationnelles de Disney. C'est plutôt la forme spatiale et les effets de pouvoir de certaines productions culturelles qui retiendront mon attention.

1. Au total, 6 000 produits dérivés et une centaine de manufacturiers furent associés au film *Hercules* (1997). Dès la fin de 1996, furent lancées les bandes-annonces sur les vidéo-cassettes de *Toy Story* (21 millions de copies) et du *Bossu de Notre-Dame* (10 millions de copies). New York fut mis à contribution lors du week-end précédant la première du film, du 13 au 15 juin 1997, avec « The *Hercules* Electrical Parade » à Manhattan.

La matérialisation du rêve « disneyen » fera l'objet de mon analyse ; ce rêve que Walt Disney énonçait en ces termes : « Je veux que Disneyland soit le plus merveilleux endroit de la terre, et qu'un train en fasse le tour². » Tout son programme se trouve réuni dans cet énoncé : transformer la terre en « un monde merveilleux », dont il ne restera plus qu'à faire le tour...

Il faut noter en effet que Walt Disney développa très tôt une étonnante passion pour les miniatures ferroviaires. Dès 1949, à sa nouvelle maison californienne d'Holmby Hills, il fit construire dans son jardin un petit train³ pour amuser ses filles et ses amis. C'est d'ailleurs en leur faisant faire un tour à bord du Carolwood Pacific Railroad que lui est venue l'idée d'inclure un chemin de fer dans ses plans pour Disneyland. L'introduction de cet « engin » lui permit non seulement de changer le rapport au monde en le mettant en scène, mais aussi de favoriser l'accès au monde imaginaire en nous faisant passer d'une échelle à une autre, du monde des adultes à celui des enfants.

Pour l'analyse de la matérialisation de ce rêve, j'aurai recours plus loin au concept foucauldien d'hétérotopie.

■ Du *happy end* au *happy place*

Distinguons pour commencer trois périodes marquant l'évolution du projet de Disney :

1. Du dessin animé au cinéma d'animation (1920-1937)
D'abord concepteur de dessins animés, Disney devient ensuite l'un des plus grands réalisateurs de films d'animation.
2. De la fiction à l'utopie concrète (1937-1955)
Alors que dans ses débuts l'œuvre de Disney est surtout faite de fictions, il travaille ensuite à la matérialisation de son univers symbolique, à la réalisation de son utopie. Comme il le dit lui-même le jour de l'inauguration de Disneyland :

Bienvenue à tous ceux qui viennent dans ce *happy place*. Disneyland est votre pays. Ici, les plus vieux trouveront la mémoire du passé ; les plus jeunes apprécieront les défis et les promesses de l'avenir. Disneyland est

2. Phrase célèbre prononcée par Walt Disney lors de la présentation de son plan aux *Imagineers* (en ligne ; dernière consultation août 2008) <www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=7515>.

3. Françoise Gaillard développe cette idée dans son texte « La culture populaire à l'âge du loisir de masse » (en ligne), *Australian Journal of French Studies*, vol. XXXV, n° 1, janvier-avril 1998 (dernière consultation le 8 mars 2004) <elecpress.monash.edu.au/french/1998_1/gaillard.html>.

consacré aux idées, aux rêves et à la réalité des faits qui ont bâti l'Amérique... avec l'espoir que cela soit une source de joie et une inspiration pour le monde entier⁴.

3. La concrétisation de l'utopie dans la construction d'un monde hétérotopique (1955-)

De Disneyland à Tokyo Disney, en passant par Celebration Town, Disney et sa suite travaillent à la concrétisation d'un monde dans lequel vivent en harmonie avec la Nature tous les personnages de son cinéma. J'appelle hétérotopie ce « monde merveilleux » où se matérialise le rêve « disneyen ».

Depuis le milieu des années 1950, avec la création de Disneyland en Californie, la « magie » de Disney s'est toujours rapprochée davantage de la réalité. L'imaginaire s'est déployé dans différents projets urbanistiques – de « Tomorrowland » à Epcot Center – et a poussé plus loin encore l'idée de départ. Walt Disney donne naissance au premier parc thématique du monde, à Anaheim, en 1955. Il radicalise ainsi son rêve en le réalisant à l'échelle d'une ville (*A dream comes true*).

Quel sens donner à cet « état de grâce » auquel The Magic Kingdom et les différents *happy places* donnent accès ? Ne pourrait-on pas, par exemple, rapprocher le *happy end* du cinéma au *happy place* des utopies concrètes des années cinquante et soixante ? Ces années ne sont-elles pas, pour l'Occident, un moment de rupture par rapport à la tradition millénaire et universelle du héros sacrifié et de l'inaccessible bonheur⁵ ? Par l'introduction massive du *happy end*, le cinéma des années trente et quarante, aux États-Unis d'abord, en Occident ensuite, renouvelait l'imaginaire contemporain en rapprochant le héros de la vie quotidienne et en mettant le bonheur à l'ordre du jour. Il faut se rappeler à cet égard qu'à partir de 1955, le cinéma cesse d'être le principal vecteur de la culture de masse.

Le développement de nouvelles stratégies sociales de dressage des corps et de gestion de l'imaginaire des individus n'est sans doute pas étranger à la crise du bonheur des années soixante. Il ne faut pas oublier non plus qu'au moment où le cinéma se rapprochait davantage des réalités de la vie sociale et amoureuse (dans le néoréalisme italien et dans la Nouvelle Vague française, par exemple), Ray Kroc achetait des frères McDonald leur

4. « *To all who come to this happy place: welcome. Disneyland is your land. Here age relives fond memories of the past...and here youth may savor the challenge and promise of the future. Disneyland is dedicated to the ideals, the dreams and the hard facts which have created America... with the hope that it will be a source of joy and inspiration to all the world.* » Traduction libre du discours inaugural de Walt Disney à Disneyland, le 17 juillet 1955 (en ligne; dernière consultation août 2008) <www.youtube.com/watch?v=6W8iiugY3C0>.

5. Sur cette question, voir le texte de Martine Rouleau, « Le Disney Realism : éternel retour du bonheur illusoire », dans *Cahiers du gerse*, n° 6, 2004, p. 47-64.

chaîne de restaurants pour créer un havre familial de tranquillité à la portée de tous (les restaurants McDonald's). À l'utopie olympienne succèdent les utopies concrètes de la banlieue heureuse (l'auto et le bungalow, le MacDo et le centre d'achats) et des paradis retrouvés (le Holiday Inn, les clubs de vacances et... bien sûr les parcs thématiques de Disney). Nous verrons que les parcs thématiques de Disney ont largement contribué à faire que « dans l'espace urbain, et dans l'espace social en général, la distinction entre réel et fiction [devienne] floue⁶ », au risque de faire de nos villes des parcs d'amusement dont les thématiques nous achèvent...

« Le monde merveilleux de Disney » se veut une proposition de « vivre ensemble », une nouvelle manière de penser notre rapport au monde et nos relations aux autres. Il prétend que la pluralité du monde peut être vécue de façon harmonieuse. Autant dans son cinéma que dans ses autres produits – y compris donc les parcs à thèmes –, Disney propose par ses productions culturelles une solution harmonieuse à la crise du bonheur. Voyons ce que disent des visiteurs à leur retour d'un « pèlerinage » à Disneyland :

Ça a été l'une des plus belles journées de ma vie, parce que je pouvais enfin réaliser mon rêve d'enfant. Ce sentiment, je l'ai plus particulièrement éprouvé à Toontown où tout est si parfait. C'est en étant sur place que cette impression m'a gagné : beaucoup plus qu'à travers son cinéma ou dans ses livres. J'y ai expérimenté un lieu où je n'existais plus autrement qu'en faisant corps avec le décor⁷.

Je suis allé à Disney avec ma fille. J'étais préparée et prédisposée à ne pas me laisser avoir par les charmes du dispositif : je connaissais bien l'auteur et son œuvre ; je savais tout de ses produits dérivés et des différentes ramifications de son empire. Mais alors que je craignais pour ma fille, c'est moi qui ai été la plus séduite par la perfection de l'organisation et des aménagements⁸.

S'il nous arrive de faiblir et de crouler sous le poids de l'innocence retrouvée, de paralyser sous le coup de l'affect, c'est peut-être que nous retrouvons là les personnages de notre enfance et l'imaginaire qui les accompagne. Pourtant, comme le précise Janet Wasko (2001) dans son ouvrage consacré à la compagnie Disney, la proportion des visiteurs à Disneyland est de quatre adultes pour un enfant.

Aujourd'hui, les films de Disney, les dessins animés, les livres, les jouets, les parcs thématiques et les autres produits sont autant de sources de divertissement pour les enfants [qu'ils soient Américains, Européens ou

6. M. Augé, *L'impossible voyage*, Paris, Payot & Rivages, 1997, p. 169.

7. Témoignage d'un visiteur de retour de Disneyland, recueilli par nous, le mercredi 22 octobre 2003.

8. Témoignage d'une visiteuse de retour de Walt Disney World, recueilli par nous, le vendredi 23 février 2007.

Asiatiques] qui viennent se familiariser avec des idées et des valeurs qu'ils garderont le reste de leur vie. Les adultes qui les accompagnent dans les parcs thématiques y vont pour les introduire à l'univers Disney, aux histoires, aux personnages, aux valeurs et aux idéaux qu'ils apprécient déjà eux-mêmes, ou pour retrouver un plaisir et une satisfaction déjà éprouvés, alors qu'ils étaient eux-mêmes enfants⁹.

Il importe moins de savoir si «le monde merveilleux de Disney» est légitime et a son utilité – de cela nous pourrions convenir rapidement – que de se demander ce qu'une telle expérience fait de nous. Pour sa part, Eisenstein – le cinéaste de la révolution – voit dans le cinéma de Disney une forme de «paradis retrouvé», «une révolte par la rêverie» qui, si elle reste «infertile et sans conséquences», n'en est pas moins une œuvre qui «apparaît comme cette goutte de joie, ce bref moment de soulagement, cet effleurement furtif des lèvres dans l'enfer social de peines, d'injustices et de souffrances où se trouve dramatiquement enclos le cercle de ses spectateurs américains¹⁰».

Par la magie de ses œuvres, [Disney] offre à son spectateur, et je dirais : avec plus d'intensité que quiconque, justement cela, justement l'oubli, justement cet instant saturé de la négation de tout ce qui est lié aux souffrances engendrées par les conditions sociales d'un gros État de classes capitaliste¹¹.

Disney a compris tout cela et il y a vu non seulement l'occasion de généraliser son idée, mais aussi d'en tirer profit, au point de donner des proportions proprement hallucinantes à son entreprise. Du rêve aux hallucinations, il n'y avait qu'un pas à faire.

Disney n'en resta donc pas là. Il voulut que son utopie – produite par la force de l'imagination – se concrétise. Pour cela, nous l'avons vu, il planifia d'abord la création de Disneyland, puis celle d'Epcot Center¹² et de Walt Disney World, en Floride, que ses successeurs réalisèrent après sa mort. Apparurent ensuite d'autres parcs thématiques à différents endroits du globe, de même que d'autres aménagements architecturaux et urbains. Ces utopies concrètes demandent à être analysées en termes d'hétérotopie.

9. Traduction libre de : «[...] Today, Disney films, comics, books, toys, theme parks and other products are sources of pleasure for many – if not most – young American children, who learn and have reinforced ideas and values that may last a lifetime. Many adults join their children in these forms of leisure, dutifully introducing them to the same stories, characters, values, and ideals, or revisiting these sites on their own, renewing the pleasure and satisfaction experienced as children» (Janet Wasko, *Understanding Disney: The Manufacture of Fantasy*, Cambridge, Polity Press, 2001, p. 2).

10. S. Eisenstein, *Walt Disney*, Strasbourg, éditions Circé, 1991 [c1941], p. 18.

11. *Ibid.*, p. 19.

12. Experimental Prototype Community of Tomorrow.

■ L'hétérotopie disneyenne

J'emprunte le concept d'hétérotopie à Michel Foucault, qu'il développe dans une conférence de 1967 intitulée « Des espaces autres¹³ ». Dans cette conférence, Foucault propose de considérer la succession historique des différentes conceptions de l'espace que nous habitons. Ainsi montre-t-il qu'au XVII^e siècle (Galilée), « l'étendue se substitue à la localisation », alors que « l'emplacement se substitue à l'étendue » plus tard. Aujourd'hui, l'espace est pensé en termes d'emplacement. Et le concept d'hétérotopie permet de qualifier et de décrire les emplacements en termes de réseaux de relations. Parmi tous les emplacements, Foucault s'intéressera plus particulièrement à ceux

qui ont la curieuse propriété d'être en rapport avec tous les autres emplacements, mais sur un mode tel qu'ils suspendent, neutralisent ou inversent l'ensemble des rapports qui s'y trouvent, par eux, désignés, reflétés ou réfléchis¹⁴.

Alors que l'utopie est un emplacement sans lieu réel, l'hétérotopie est un lieu réel fonctionnant comme contre-emplacement. Les hétérotopies qui ont retenu son attention sont les espaces autres qui permettent de problématiser les lieux que nous habitons. C'est le sens même de l'hôpital et de la prison. Pour simplifier, je dirais que les hétérotopies sont des lieux-laboratoires d'où nous pouvons interroger les espaces que nous occupons, les lieux où nous vivons.

Les hétérotopies prennent différentes formes et remplissent diverses fonctions qui changent avec le temps. Ainsi Foucault distingue-t-il entre les hétérotopies de crise et les hétérotopies de déviation :

- ◆ Les hétérotopies de crise sont des « lieux privilégiés, ou sacrés, ou interdits, réservés aux individus qui se trouvent, par rapport à la société, et au milieu humain à l'intérieur duquel ils vivent, en état de crise¹⁵ ».
- ◆ Les hétérotopies de déviation sont des lieux dans lesquels « on place les individus dont le comportement est déviant par rapport à la moyenne ou à la norme exigée¹⁶ ».

13. M. Foucault, « Des espaces autres », dans *Dits et écrits II*, Paris, Quarto Gallimard, 2001 [c1984], p. 1571-1581 – Conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967, dans *Architecture, Mouvement, Continuité*, n° 5, octobre 1984, p. 46-49.

14. *Ibid.*, p. 1574.

15. *Ibid.*, p. 1575-1576.

16. *Ibid.*, p. 1576.

Les hétérotopies ont par rapport aux espaces restants des fonctions d'illusion ou de compensation :

- ♦ une fonction d'illusion permettant de dénoncer le caractère encore plus illusoire de tout l'espace réel ;
- ♦ une fonction de compensation valant pour le caractère « désordonné, mal agencé et brouillon » de notre espace.

En nous permettant de voir autrement l'espace auquel nous appartenons, l'hétérotopie nous plonge au cœur de l'expérience d'une inquiétante étrangeté. Elle est l'occasion d'une expérience permettant de voir autrement et de transformer la réalité familière en un espace autre par la dramatisation du regard. Grâce à de tels espaces et à la perspective qu'ils introduisent, le regard se fait critique et met pour ainsi dire son objet en état de crise.

Plus qu'un simple lieu d'attraction, le parc thématique disneyen est un emplacement de nature hétérotopique ; en ce sens, « il contredit » les autres emplacements, du moins en apparence, puisque sa fonction spécifique consiste à légitimer ce qu'il contredit en le dépassant. Mais de quel type d'hétérotopie s'agit-il ? Je propose de la nommer hétérotopie de recentrement, parce que sa fonction principale consiste à « recentrer » les individus sur une forme particulière de subjectivité. C'est en quelque sorte une utopie concrète au sein de laquelle le visiteur actualise « le récit mythique instaurateur de la société dans laquelle il vit¹⁷ » en jouant son propre rôle. Précisons cette idée.

Tous les jours, à notre réveil, se pose la question existentielle par excellence : « Qui suis-je ? » Parfois angoissante – surtout lorsque la réponse tarde à venir ou qu'elle est différente de la veille –, cette question ne revêt pas toujours la même urgence ontologique, mais elle n'attend pas moins sa réponse... Les rituels du petit matin permettent en partie d'y répondre. Ils y arrivent en nous recentrant sur « l'image que je me figure que l'on se fait de moi ». C'est le rôle que jouent le radio-réveil, le miroir de la salle de bain et les premiers échanges conversationnels, qui m'informent sur les progrès de « l'idée que j'ai de moi-même » et me fournissent les moyens et l'occasion d'effectuer les premiers correctifs et de réajuster mon image à la faveur d'une forme adéquate de subjectivité me permettant d'affronter le monde

17. L. Marin, *Utopiques : jeux d'espaces*, Paris, Éditions de Minuit, 1989 [c1973], p. 299.

et d'être jugé « acceptable dans ce monde¹⁸ ». L'épreuve du miroir est décisive: grâce à elle, on retrouve cette stabilité sans laquelle le monde serait toujours à refaire.

Les parcs à thèmes sont ces miroirs dans lesquels l'Amérique se réfléchit; une Amérique qui refait son image en se reconnaissant en eux; une Amérique qui retrouve ses valeurs, celles notamment que lui martèle le cinéma de Disney depuis des décennies.

Le Magic Kingdom propose au visiteur un itinéraire particulièrement révélateur sur le récit que se fait l'Amérique d'elle-même. Dans le sens des aiguilles d'une montre, il est proposé au visiteur de faire le tour du « royaume » en progressant sur les deux tableaux du temps et de l'espace: ce voyage le conduira de la jungle (Adventureland) à la cité futuriste (Tomorrowland), en passant par la conquête de l'Ouest (Frontierland); il le mènera également de la réalité (Main Street U.S.A.) au rêve (Fantasyland), en passant par le château des princesses où prend forme « le merveilleux monde de Disney ».

On trouve à Walt Disney World un autre parc à thème intéressant à cet égard: le Disney's Animal Kingdom. Ce parc thématique est l'un des derniers à avoir été intégrés au site. Grâce à ce nouveau parc, Walt Disney World incorpore l'« Asie » et l'« Afrique » dans sa représentation du monde. Et la qualité de la représentation se mesure moins à la vérité de ce qui s'y trouve qu'à la qualité des sensations éprouvées. Comme le précise le *clip* promotionnel du parc: « *It feels more realistic* ». L'hétérotopie dans laquelle l'Amérique se réfléchit ici est celle d'un monde réduit et organisé.

Animal Kingdom, en effet, incorpore le monde tout en le réduisant à sa forme spectaculaire. Mais, dans la mesure où le spectateur y va pour le plaisir, quel mal y aurait-il à « voyager » ainsi? Faut-il rappeler que plusieurs Américains ne sortent jamais à l'extérieur du pays (moins encore depuis le 11 septembre 2001)? Bien souvent, le seul contact qu'ils ont avec le reste du monde est ainsi médiatisé à travers un dispositif qui offre une vision parcellaire et tronquée du monde¹⁹.

18. Il suffit de penser à ceux que les sociétés ou les communautés condamnent parce qu'elles ne se reconnaissent pas dans l'image « monstrueuse » qu'ils renvoient. Le « *reject* » ne règle-t-il pas (ou ne dérègle-t-il pas) son comportement en fonction des préjugés qui pèsent sur lui et son image? Le « *reject* » et la communauté ne prennent-ils pas leur sens dans ce qui les unit et les sépare? Ce qui les distingue n'est-il pas aussi ce qui les fonde paradoxalement?

19. Là ne s'arrête pas l'ambition de mettre le monde en scène, puisque, par exemple, *Le Roi Lion*, qui reprend pour une large part les clichés sur l'exotisme animal, a largement été diffusé et doublé dans plusieurs langues, dont le zoulou... Tout un défi: offrir aux Africains, dans leur langue, une vision américaine et exotique de l'Afrique.

Aux visiteurs des parcs à thèmes, Disney promet le bonheur et le sentiment d'appartenance ; il y arrive par le rappel de souvenirs heureux et l'annonce d'un avenir prometteur. En alliant judicieusement un ensemble de valeurs fondamentales à une expérience de consommation prévisible et rassurante, il réussit le tour de force de créer la nostalgie d'un monde qui n'a jamais existé tout en faisant miroiter un avenir qui lui est symétrique et tout aussi préfabriqué. Le présent s'en trouve évacué au profit d'une expérience concrète mais utopique, merveilleuse mais infantilissante. Comme le dit Foucault, l'hétérotopie se présente comme un « espace réel aussi parfait, aussi méticuleux, aussi bien arrangé que le nôtre est désordonné, mal agencé et brouillon²⁰ ».

Le bonheur proposé est imaginativement lié au temps irresponsable de l'enfance. Le dispositif invite à l'abandon de la volonté et de l'initiative. Ainsi en est-il de la visite guidée par le petit train qui métamorphose les sites géographiques et les lieux de mémoire en parcs à thèmes. Alors que le monde perd sa spécificité (botanique, géologique, historique ou esthétique), le réel perd de sa réalité (en commençant par sa réalité spatio-temporelle) et nous le plaisir de nous y trouver.

■ L'impact Disney

Disney joue un rôle de *leader* dans la production d'une nouvelle forme de « vivre ensemble ». C'est ainsi qu'il faut voir l'ensemble de ses projets d'aménagement, qui viennent concrétiser une utopie, rendre accessible l'idée que nos rêves peuvent se réaliser et plus particulièrement celui d'une fraternité retrouvée et d'une harmonie possible entre les hommes. Mais de quelle harmonie s'agit-il ? Et à quels « hommes » tout cela s'adresse-t-il ?

Le projet est simple : contribuer au bonheur des individus en créant un imaginaire et un espace favorables au retour de la communauté :

- ♦ une communauté fondée sur le retour et le partage de l'innocence ;
- ♦ une innocence permettant de croire à la possible réalisation de nos rêves, Disney s'adressant à l'innocence enfantine qui sommeille en nous.

20. M. Foucault, *op. cit.*, p. 1580.

Trois hypothèses méritent d'être considérées²¹ :

1. Une même représentation du monde se trouve exprimée dans les productions audiovisuelles et dans les espaces aménagés de Disney.
2. L'ensemble des représentations du monde exprimées dans les productions audiovisuelles prépare le visiteur des espaces aménagés à l'actualisation des rôles et des comportements proposés.
3. L'expérience Disney sous ses formes audiovisuelles et spatiales contribue au renforcement de normes et de valeurs qui mettent en péril la société des consommateurs avertis, des citoyens tolérants et des citoyens responsables.

Hypothèse 1 – En vertu de la première hypothèse, je dirais que Disney reprend l'idéologie américaine – de l'individualisme, de l'éthique du travail, de l'optimisme et de la foi dans l'avancement personnel et le progrès de l'humanité – selon laquelle le capitalisme est le meilleur moyen d'atteindre le bonheur (individuel). L'amour et la réussite (sociale et économique) constituent cet idéal individuel.

Hypothèse 2 – Dans l'esprit de la deuxième hypothèse, je remarque non seulement que le spectateur retrouve ses héros au parc thématique, mais qu'il peut également y vivre une expérience de l'espace comparable à la sienne.

Hypothèse 3 – Que dire de l'hypothèse selon laquelle Disney contribue à la triple production d'un consommateur non averti, d'un citoyen intolérant et d'un citoyen irresponsable ?

Disney contribue à la production d'un consommateur non averti en plongeant le public parmi les personnages qu'il a aimés, dans l'espoir (ou l'illusion) de retrouver une part de leurs attributs. La force du dispositif lui fait perdre ses moyens et toute distance par rapport à ses besoins.

Disney contribue aussi à la production d'un citoyen intolérant tant par son cinéma que par ses aménagements. Ne soutient-il pas en effet l'idée selon laquelle le meilleur des mondes reste celui des similitudes ? Les parcs thématiques ne rassemblent-ils pas de telles similitudes pour se donner des « airs de monde entier » ?

Pour finir, Disney ne contribue-t-il pas à la production d'un citoyen irresponsable en substituant à la vérité des rapports sociaux et à la réalité des rapports interpersonnels une forme aseptisée de rencontre ? En effet, propreté, ordre et efficacité ne font-ils pas le succès des espaces aménagés contre la phobie de l'insolite, de l'impur et de l'étrange, comme grâce,

21. Nous développons ces hypothèses dans C. Perraton, « Du cinéma à la ville : Disney, maître des lieux », dans *Cahiers du gers*, n° 6, 2004, p. 13-28.

force et innocence des personnages (Blanche Neige, Cendrillon, la Belle au bois dormant, etc.), ont eu raison des forces du Mal dans l'univers cinématographique).

■ Conclusion

Disneyland, Walt Disney World, Disneyland Paris, Tokyo Disneyland sont des laboratoires où se joue peut-être pour nous l'avenir de nos rapports dans les espaces publics, en tout cas dans les villes. Leur expérience est riche de renseignements sur ce que devient la forme urbaine du « vivre ensemble ». On y voit se développer un modèle, que plusieurs gestionnaires municipaux souhaiteraient appliquer aux différents événements culturels qu'ils développent ou comptent encourager. Ce modèle est celui de la prise en charge du public.

En échange de son droit d'entrée (que ce soit directement ou indirectement, par le truchement des subventions de l'État ou de la « générosité » des commanditaires), le citoyen – devenu touriste et étranger dans sa propre ville – obtient la garantie d'un événement de qualité (de calibre international) avec un maximum de sécurité. C'est l'assurance d'une forme aseptisée de rapports aux objets (qu'il s'agisse de la nourriture du corps ou de celle de « l'esprit ») et aux autres (la paix imposée).

Qu'il soit noir ou blanc, jeune ou vieux, étranger ou pas, je n'ai rien à craindre de celui que je croise. J'ai l'assurance qu'il laissera ses revendications identitaires au vestiaire et qu'il oubliera toutes différences compromettantes pouvant le singulariser²². C'est le *no man's land*, la fin des conflits et l'harmonie retrouvée. Le bonheur à tout prix.

22. L'effacement des différences nous introduit dans un monde homogène et hygiénisé (à Walt Disney World: 3% de Noirs, 2% d'Hispaniques et 75% de professionnels, techniciens et cadres).

■ LE SÉLECTION DU READER'S DIGEST

ROBERT GOYETTE

Vice-président et rédacteur en chef

Le *Reader's Digest* a été fondé en 1922, à New York, aux États-Unis. Le fondateur, William Roy DeWitt Wallace, a envoyé une lettre manuscrite à 3000 enseignants en disant qu'il était lui-même un lecteur impatient et qu'il se chargeait de condenser ce qui se faisait de meilleur aux États-Unis dans un *digest* pour que le lecteur ait un article par jour d'intérêt universel.

À l'époque, il ne faisait que reprendre des articles de magazines, contenant très peu de photos. Il y avait un personnel qu'on appelle des *fact checkers*, des gens qui valident les faits qui sont publiés. C'est une tradition que nous avons conservée à *Readers' Digest* et nous sommes probablement les seuls au Québec à faire encore cette vérification des faits que nous publions. En effet, tout ce qui est publié dans *Sélection* passe obligatoirement par une étape de vérification, ce qui assure que le contenu publié est toujours exact.

Le magazine a connu une popularité extraordinaire. Aujourd'hui, il y a cent millions de lecteurs dans 48 pays. On trouve des éditions dans des pays comme la Bulgarie, la Turquie et les Émirats arabes unis. Depuis 1989, nous avons lancé des éditions en Russie, en Ukraine, en Croatie, en Slovaquie, en Hongrie, et ça devient des marchés fort intéressants pour *Readers' Digest International*.

La première édition internationale était de langue anglaise, en Grande-Bretagne. En juin 1947, il y a eu la première édition de *Sélection* au Québec. Il y a soixante ans cette année. En février 1948, l'édition canadienne-anglaise voyait le jour.

Le siège social du magazine est à Montréal. Deux cents personnes y travaillent à produire des magazines, des livres et des collections musicales.

Sélection a un tirage de 247 000 exemplaires par mois. C'est le plus important mensuel au Québec. Quatre-vingt-dix pour cent des lecteurs sont au Québec. Le reste est en bordure du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario. Nous avons un million soixante-six mille lecteurs au Québec.

Alors, qu'est-ce que cela veut dire ?

En 1987, il y avait un certain désir des Québécois d'avoir accès à du contenu local. Ce n'était pas une politique systématique du *Readers' Digest*, car le magazine a toujours été vu comme étant une fenêtre sur le monde. Nos enquêtes nous montrent que les gens ne veulent pas que *Reader's Digest* devienne un *Actualité*, un *Châtelaine*, un *Commerce*, qui traitent exclusivement de ce qui se passe au Québec, et cela avec des yeux de Québécois. Les lecteurs veulent connaître ce que les gens vivent à l'extérieur du Québec, à l'extérieur du Canada.

Il y a eu une lente évolution du magazine. En 1997, on commence à voir des images un peu plus grandes, quelques titres en exergue, en caractères gras, un peu plus gros. On sent l'influence de la télévision, de l'animation, de la société de l'image. En 1998, le magazine adopte une couverture tout à fait différente. Le *Reader's Digest* décide qu'on est dans une société visuelle.

À cette époque, je reviens à *Reader's Digest* avec le mandat d'ancrer davantage le magazine dans le lectorat québécois. Il ne faut pas transformer notre offre radicalement. Il faut demeurer un magazine qui est une fenêtre sur le monde, mais il faut moderniser le *look* et nous rapprocher de nos lecteurs.

Aujourd'hui, on voit des célébrités, des personnalités québécoises en couverture, beaucoup plus de textes locaux. Les héros de notre société, aussi, avec Richard Desjardins, Nathalie Simard, le Dr Julien, Chantal Petitclerc, etc. On demande à nos lecteurs de nous soumettre les noms des gens qui pourraient devenir des héros de l'année. On fait cela chaque année maintenant, depuis quatre ans. En 2002, j'ai lancé une rubrique qui s'appelle « Un peuple en marche » pour mettre en évidence les gens qui bâtissent le Québec, des gens qu'on devrait tous connaître.

J'utilise les mêmes journalistes qu'à *L'actualité*. Les textes sont construits de la même façon, le style des journalistes est respecté. Aujourd'hui, *Sélection* est beaucoup plus ancré dans son milieu.

Je fais de nombreux sondages auprès des lecteurs. Je souhaite notamment savoir ce que les gens veulent voir dans *Sélection*. Je leur propose même des sujets d'articles. « Est-ce que vous liriez cela dans *Sélection* ? » Ça

ne décide pas de la page couverture, ni des commandes d'articles, mais ça me donne une idée de ce que les gens jugent important et, au contraire, de ce qu'ils jugent superflu.

Le plus gros défi de *Sélection* est de se présenter au public qui ne le lit pas. Il y a trois ans, j'ai fait faire une enquête. On a demandé aux gens quelle était leur perception de *Sélection*. Ceux qui ne lisaient pas *Sélection* ont reçu deux numéros. On est retourné un mois et demi plus tard. Les gens nous ont dit, dans une proportion de vingt pour cent, qu'ils étaient beaucoup plus favorables à *Sélection* après l'avoir lu. Les gens qui ne lisent pas le magazine ont une perception de *Sélection* qui correspond à celle du magazine de grand-papa, de grand-maman, de papa, de maman. Je travaille à briser cette perception.

Ma concurrence ce n'est pas *L'actualité*, *Châtelaine* ou *Elle Québec*. C'est la télé, c'est Internet, c'est le tricot, c'est toutes les activités que les gens veulent bien faire pour se détendre. C'est pourquoi *Sélection* s'attarde à vendre la lecture. On met beaucoup de soin à lécher nos textes. Je pense que c'est cela qui fait le succès de *Sélection*. C'est aussi le fait d'être proche de ses lecteurs, de connaître leurs goûts, de les interroger et de répondre à leurs besoins mensuellement.

Autrefois, *Sélection* était une traduction pure et simple du magazine américain. Aujourd'hui, je vois des textes québécois traduits en russe, en polonais, en slovaque, en anglais, en espagnol, etc. Il s'agit d'une évolution assez intéressante.

■ PÉRIODE DE QUESTIONS

Walt Disney n'offrait-il pas de l'espoir à de nombreux peuples qui en ont eu besoin au cours des cinquante, soixante dernières années ?

CHARLES PERRATON : Je ne voudrais pas faire le procès de Walt Disney. Avait-il des intentions nobles, justifiées, légitimes de créer des conditions pour un autre monde, loin de la réalité pure et dure dans laquelle nous vivons tous les jours ? Certes, nous pourrions convenir que cela fait du bien. Tout comme cela peut faire du bien de rester devant son téléviseur et d'avoir accès au reste du monde sous cette forme médiatisée. Mais la question que je pose, c'est quelle est la puissance de cet empire, de cet univers, de ce monde merveilleux de Disney. Il y a lieu de s'interroger sur les conséquences que cela peut avoir sur nos facultés de jugement, sur nos capacités de penser objectivement nos conditions.

Le succès de Sélection ne repose-t-il pas sur des stratégies de marketing agressives ?

ROBERT GOYETTE : J'ai assisté à des groupes de discussion et je m'attendais à ce que les gens me disent « Arrêtez avec les *sweepstakes* ». J'ai vu tout ce qui circule, tout ce qui se publie comme promotion à *Reader's Digest*. En groupes de discussion, j'ai entendu des gens me dire « Arrêtez » et d'autres, au contraire, me dire de ne pas arrêter. Les avis sont très partagés.

Je cherche des façons d'utiliser du papier « *forest friendly* ». J'essaie de réduire le nombre de promotions par la poste pour les envoyer par Internet. Il y a aussi des voies d'évitement. Les gens peuvent appeler à *Sélection* et

dire je ne veux pas de vos envois. Il y a toutes sortes de façons de réagir. Aujourd'hui, près de cinquante pour cent des nouveaux abonnés de *Reader's Digest* nous arrivent par des voies autres que la loterie promotionnelle.

On voit que le Cirque du Soleil mobilise beaucoup de ressources. Existe-t-il des limites à l'expansion du Cirque ?

ISABELLE MAHY: Je pense que la façon de faire du Cirque résulte d'une approche de type « organisation apprenante » dans la mesure où des propos du genre « il faut absolument changer nos manières de faire » sont chose fréquente. Ce sont des courants de pensée au sein du Cirque qui affectent non seulement les artistes, mais aussi la pensée stratégique. Ça donne une couleur et une impulsion particulières aux gestionnaires qui travaillent dans cette entreprise. Lorsqu'on est dans le domaine de la création artistique, il faut se renouveler, innover. Cela présuppose qu'il y a des changements et donc de l'apprentissage. Est-ce qu'on réussit chaque fois à traduire dans les œuvres cet état de fait ? Je ne crois pas. Par contre, le processus créatif, lui, n'est jamais complètement « formaté » à l'avance, car s'il l'était ça nous donnerait des boîtes de conserve plutôt que des œuvres d'art.

Les dimensions du Sélection ne semblent pas avoir évolué. Pourquoi ?

ROBERT GOYETTE: J'estime que le format est aussi important que le logo. C'est ce qui nous distingue des autres. En kiosque, vous savez que c'est *Reader's Digest*. Vous n'avez même pas besoin de voir ce qu'il y a en couverture. Dans ce contexte, ce n'est pas une mauvaise chose que de conserver ce format très particulier. Le fondateur voulait que ce soit transportable facilement. Il y a très peu de gens qui lisent des textes sur leur portable, dans le métro, dans l'autobus ou dans l'avion. Il y a en beaucoup qui peuvent lire *Reader's Digest* ou même *Le Journal de Montréal*, le phénomène des tabloïds. C'est une question de portabilité, de facilité de lecture.

Existe-t-il une convergence conceptuelle, un socle commun chez Disney ?

CHARLES PERRATON: Il y a plusieurs logiques qui président à l'arrivée des biens culturels, et la logique commerciale préside sans doute à la plupart d'entre eux. Pour donner un exemple, le lancement du film *Hercules*, à la fin des années 1990, a été publicisé dans des clips promotionnels sur les DVD du *Roi Lion* à vingt-deux millions d'exemplaires. Huit mille produits dérivés ont aussi été produits à la suite de *Hercules*. Il y avait manifestement

une logique de mise en marché qui était à l'origine de toute cette production de produits multiples. Dans leur détail, ces produits ne sont pas toujours un élément de plus à l'édifice conceptuel de Walt Disney qui, lui, imaginait vraiment la construction d'un monde imaginaire qui serait un baume sur les plaies du quotidien.

Il y a convergence sur le plan des valeurs assurément, c'est-à-dire que les espaces aménagés sont la concrétisation, la matérialisation de ce monde. D'abord, parce que nous avons accès aux personnages. C'est comme s'il nous était possible de rentrer dans la fantasmagorie, de nous retrouver face à face avec ces personnages, pour la plupart des animaux de peluche. Il nous devenait possible d'imaginer à notre tour, dans le prolongement de l'univers conceptuel de Disney, les bienfaits de ce monde et d'être sous le charme.

Certes, l'ensemble des produits convergent autour de cette idée. Par exemple, Disney, de son vivant, attachait un soin particulier à la conception de ces objets, de ces personnages de peluche. Pendant plusieurs mois, voire plusieurs années, il est retourné dans les ateliers des dessinateurs et des concepteurs de produits pour la réalisation du premier personnage, Mickey Mouse. Jamais il n'y avait dans les détails de l'objet l'ensemble des attributs que Disney recherchait pour assurer la proximité entre le public et le personnage. Cet attachement aux détails, dans la confection des personnages, dans les produits dérivés, montre qu'il y a toujours cette idée. Je parlais des miniatures ferroviaires. Disney avait un attachement pour les petits trains. Ces petits trains sont la porte d'entrée de cet univers merveilleux et, pour Disney, le moyen d'expérimenter personnellement la puissance de l'engin pour nous catapulter dans ce monde merveilleux. C'était l'autoroute d'accès au monde merveilleux. Ces objets, Disney les avait éprouvés, il les avait bien cernés comme étant utiles à la construction, à l'édification de ce monde.

La guerre ne serait-elle pas génératrice de diversité culturelle, alors que la paix que nous proposent Disney ou le Reader's Digest ne serait-elle pas, au contraire, génératrice d'uniformité ?

CHARLES PERRATON : Si vous parlez de la guerre militarisée, je n'ose pas répondre à cette question. Si vous parlez de la guerre à l'idéologie, de la guerre aux modèles, etc., certes.

Je pense que la première bataille à mener est contre nous-mêmes, contre notre propension à nous lover confortablement dans une forme de subjectivité où l'on se sent à l'aise avec l'insignifiance, la niaiserie.

Le Cirque, au début, travaillait jusqu'à deux ans sur un spectacle. Aujourd'hui, le Cirque travaille sur trois nouveaux spectacles par année. La qualité peut-elle en souffrir ?

ISABELLE MAHY : Je crois que le véritable risque est de perdre son âme. Ce que vous soulignez, c'est un climat organisationnel qui est une manifestation de la pression d'affaires. Donc, on retrouve cette espèce de tension, de dialectique entre l'art et la gestion. La logique du travail des artisans est très éloignée de celle des gens qui font du développement d'affaires. Ça n'a rien à voir.

La beauté de l'existence du cirque est de pouvoir marier les deux. Mais c'est en même temps un *karma*, car tous les jours cette tension existe dans tous les projets et entre toutes les personnes qui travaillent, peu importe le type de travail. Il y a, dans cette tribu, des clans et des cliques. La création se fait souvent dans la douleur et, lorsqu'on marie ou qu'on essaie de marier des personnes dont le référent principal est de créer de la valeur marchande à d'autres dont le but est de produire une œuvre de beauté, peu importe les choix esthétiques qui sont faits, on est à des années-lumière en termes d'univers de pensée. Heureusement, la tribu se transforme sans arrêt.



LA TÉLÉVISION EN CRISE: LE RETOUR DES AMÉRICAINS?

- Thérèse David
- Luc Wiseman
- Florian Sauvageau
- Vincent Leduc

Période de questions

■ LA TÉLÉVISION EN CRISE: LE RETOUR DES AMÉRICAINS ?

THÉRÈSE DAVID

Consultante en communication

Je représente ici le discours que je connais le mieux, celui des télédiffuseurs généralistes. Je travaille avec un télédiffuseur généraliste depuis maintenant neuf ans. J'ai aussi passé ma carrière précédente à travailler avec les télédiffuseurs généralistes, mais de l'autre côté de la barrière, comme attachée de presse et associée à des producteurs.

La télévision généraliste est en crise, en grande crise. Le danger, il est bien américain ou plus précisément mondial, car, effectivement, il y a beaucoup de productions étrangères, à la fois à l'antenne des télévisions généralistes et à celle des chaînes spécialisées.

Le danger est bien américain ou mondial mais il ne vient pas de l'étranger. Il vient de nous. C'est vraiment à cause de nous que le danger existe et que les Américains ou les « mondiaux » pourraient en profiter.

Il est juste de prétendre que l'environnement télévisuel est en profonde mutation. Il y a une baisse notoire de l'écoute de la télévision généraliste. À l'époque, *La Petite Vie* faisait trois millions de téléspectateurs. Des émissions à deux millions de téléspectateurs il n'y en pas presque plus.

Les nouvelles plateformes technologiques sont des éléments importants de cette mutation, tout comme la télévision spécialisée qui bénéficie de trois sources de revenus distinctes, soit la publicité, les abonnements et le Fonds canadien de télévision. Ces éléments ont entraîné un transfert des budgets publicitaires, normalement alloués à la télévision généraliste. M. Pierre Delagrave, qui est président de Cossette Média, estime que, d'ici à 2008, de vingt-cinq à trente pour cent des consommateurs seront munis de nouvelles plateformes entraînant un changement rapide dans l'industrie de la télévision.

Pour contrer ce phénomène, Pierre Delagrave propose de repenser la télévision. J'estime qu'il a tout à fait raison. Il faut repenser tout le modèle financier de la télévision, notamment son modèle publicitaire. La publicité devra être insérée dans la programmation et organisée d'une façon différente.

Lorsque la télévision généraliste est en péril, la magnifique production québécoise souffre tout autant.

Dans son rapport annuel, le CRTC a annoncé que les bénéfices d'exploitation des télédiffuseurs conventionnels privés au Québec ont chuté de trente-trois pour cent, passant de 71 millions de dollars à 48 millions au cours de l'année 2005-2006. Les bénéfices d'exploitation des télédiffuseurs conventionnels privés au Québec ont été en baisse constante entre 2003 et 2006, et la marge bénéficiaire est passée de seize pour cent à neuf pour cent. En contrepartie, les bénéfices d'exploitation des chaînes spécialisées francophones sont en hausse depuis plusieurs années. De 2003 à 2006, la marge bénéficiaire est passée de vingt-deux pour cent à vingt-cinq pour cent.

Il existe donc un déséquilibre de moyens entre la télévision généraliste et les chaînes spécialisées. À l'automne dernier, les représentants de la télévision généraliste se sont présentés devant le CRTC pour faire valoir leurs préoccupations.

Les télévisions généralistes ont demandé des redevances. Pourquoi ? Parce que la télévision généraliste est en péril. Il faut aussi revoir les règles du Fonds canadien de télévision, car si on ne les revoit pas la télévision généraliste vivra des moments difficiles. S'il y a perte d'argent, il en découlera également une perte de moyens pour faire de la bonne télévision québécoise. Si tel est le cas, le public va se tourner vers des émissions étrangères.

Voici des exemples. Le lundi 29 janvier, à 22 h 30, une émission qui s'appelle *CSI Miami*, présentée à Série Plus, a rejoint un auditoire de 142 000 téléspectateurs. Au même instant, le *Téléjournal* de Radio-Canada rejoignait 104 000 téléspectateurs et *Dutrizac*, 112 000. Le lundi 19 mars, *CSI Miami* a fait 179 000 téléspectateurs, alors que le *Téléjournal* rejoignait 204 000 téléspectateurs et *Dutrizac*, 147 000. Le jeudi 22 mars, *Experts en crime*, présenté au Canal D, a été vu par 73 000 téléspectateurs, alors que *Bazzo* comptait 34 000 téléspectateurs et le *Téléjournal*, 241 000. Pendant une heure de grande écoute, à 19 h 30, *Sue Thomas, l'œil du FBI* a fait 133 000, alors que *Les Étoiles filantes* faisaient 502 000. Pour terminer, le vendredi 23 mars, *Juste cause* rejoignait 102 000 téléspectateurs, une reprise de *Belle et Bum*, 59 000, et le *Téléjournal*, 176 000.

L'offre télévisuelle est différente et l'érosion de l'écoute est une réalité bien présente. Le danger serait peut-être moindre si les règles de la télévision canadienne changeaient.

Comme vous le savez, Télévision Quatre-Saisons est née en 1986 du désir de créer de la production indépendante et de la volonté de présenter davantage d'émissions canadiennes. Ces objectifs ont été assez bien atteints. Aujourd'hui, nous semblons retourner à la case départ. La cause n'est pas la télé américaine, mais nous. Si nous ne changeons pas nos règles, nous sommes en danger.

En 2006-2007, Radio-Canada avait 27,5 millions de dollars du Fonds canadien de télévision. L'argent du Fonds canadien de télévision transite des télédiffuseurs aux producteurs indépendants. TVA avait 18 millions de dollars, les chaînes spécialisées se partageaient 9,8 millions de dollars, Télé-Québec, 6,9 millions de dollars, et TQS, 4,2 millions de dollars. Pourquoi? Une des grandes règles du Fonds canadien, c'est l'historique. Plus tu fais des dramatiques, plus tu es susceptible de recevoir de l'argent pour en faire. TQS n'a pas un historique de dramatiques, donc elle n'aura pas d'argent pour en faire. Cette règle est en quelque sorte un cercle vicieux.

Il y a aussi les émissions dites prioritaires. À TQS, ne sont pas prioritaires: *Flash*, un magazine artistique, *Loft Story*, une télé-réalité, *Donnez au suivant* et *Pourquoi*. Au contraire, *SexyCam*, une émission de sketches comiques, légère dans sa forme et son contenu, est reconnue comme émission prioritaire. Vous conviendrez qu'il y a des choses un peu bizarres. Comme le disait un de mes collègues, «au lieu d'avoir une toile blanche dans laquelle dessiner notre programmation, nous avons une peinture à numéros. Il faut entrer des couleurs là, et là!»

Il faut revoir les règles qui gouvernent notre télévision. Le danger ne vient pas de l'étranger, mais, je le répète, de nous.

■ LA TÉLÉVISION EN CRISE: LE RETOUR DES AMÉRICAINS ?

LUC WISEMAN
Président, Avanti Ciné Vidéo

La télé est en crise. Nous avons dit, lorsque la radio est arrivée, que les journaux étaient en crise. Lorsque la télévision est apparue, nous avons dit que la radio était en crise. Internet est arrivé, nous disons maintenant que la télé est en crise.

Les *Têtes à claques* n'ont pas besoin de diffuseurs. Ils se diffusent seuls. Il est normal que les diffuseurs soient nerveux. Oui, la télévision est en crise. Mais, au même moment, il faut se poser la question: Est-on vraiment en crise ou à la recherche de ce qui devrait être fait maintenant ?

Nous nous demandons si nous avons suffisamment de génie créatif, alors que nous avons des créateurs d'envergure à Las Vegas ? Nous faisons à la fois des émissions qui sont exportées à travers le monde, *Un gars, une fille*, entre autres, et des émissions qui ont marqué le Québec en raison de leur très grande originalité. Plus nous nous distinguerons, plus nous aurons un auditoire qui va vouloir nous écouter.

Les diffuseurs commencent peut-être à être craintifs. Ils souhaitent un succès instantané. La recette est facile. On achète à l'étranger, beau, bon, pas cher et on fait de l'argent. Je ne suis pas convaincu de cette stratégie. Il est impératif, à mon avis, de nous distinguer plus que jamais.

Nous oublions peut-être que les ondes hertziennes relèvent du domaine public. Je trouve inquiétant que certaines personnes se désresponsabilisent et décident d'investir dans des produits étrangers, américains ou autres. Je pense que nous avons une responsabilité, celle de nous distinguer.

Il faut aussi prendre les bonnes décisions, et cela, en fonction de notre propre réalité. Pourquoi a-t-on accepté d'avoir une vingtaine de canaux spécialisés ? A-t-on un bassin de population assez grand pour accueillir tous ces canaux spécialisés ? Qui est responsable de cette décision ? C'est nous. Il faut se rappeler la réalité du marché québécois et prendre les bonnes décisions.

■ LA TÉLÉVISION EN CRISE: LE RETOUR DES AMÉRICAINS ?

FLORIAN SAUVAGEAU

Professeur titulaire, Département d'information et de communication,
Université Laval

Directeur, Centre d'études sur les médias, Université Laval

Permettez-moi de commencer d'une manière que, je l'espère, vous ne trouverez pas impertinente. Il me semble que le titre de notre panel, « La télévision en crise: le retour des Américains? », n'est pas tout à fait exact et doit être précisé.

La télévision n'est pas en crise. S'il y a crise, c'est à la télé généraliste qu'elle existe, à TVA, à Radio-Canada, à TQS certainement, à CTV et à Global pour le Canada anglais; ce sont les grands réseaux généralistes qui ont certains problèmes. La télévision en général ne va pas si mal. Les canaux spécialisés vont très bien financièrement. L'écoute de la télévision en général est restée stable au fil des ans, ou à peu près stable. Ce qui s'est passé, c'est qu'on a assisté depuis plusieurs années, et à un rythme beaucoup plus soutenu depuis quelques années, à une fragmentation de l'écoute de la télévision. C'est la multiplication des canaux spécialisés et l'attrait de plus en plus grand pour ces canaux qui changent la donne.

L'écoute des canaux spécialisés, bien qu'il s'agisse d'une petite tranche pour chaque canal, accapare pour l'ensemble, année après année, une part de plus en plus grande de l'écoute. Cela mène à un transfert de budgets publicitaires, de la télévision généraliste vers les canaux spécialisés, qui ont droit en plus à des frais d'abonnement. Beaucoup de gens ne le savent peut-être pas, mais une portion de notre abonnement à un service de câble va à chacun des canaux spécialisés. Les canaux spécialisés ont donc une double source de revenus, la publicité et les frais d'abonnement. Les canaux généralistes n'ont droit qu'à la publicité, dont la croissance est plus faible, la tarte se répartissant entre un plus grand nombre d'acteurs. C'est ce qui fait que les canaux généralistes ont demandé au CRTC d'avoir aussi accès

aux frais d'abonnement, à des redevances des câblodistributeurs. Bref, les canaux généralistes n'en sont pas réduits à la mendicité, mais leur rentabilité n'est plus ce qu'elle était. S'il y a une crise, c'est là qu'elle se situe.

Venons-en au retour des Américains. Je formule une hypothèse: les Américains ne sont jamais partis. Leur présence a peut-être diminué pendant un certain nombre d'années en termes de produits américains ou d'émissions à l'antenne, mais le modèle américain, lui, a toujours été présent. J'y reviendrai dans un instant.

Parlons d'abord des émissions américaines. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a publié la semaine dernière, en fait le 28 mars, et c'était dans le *Globe and Mail* du 29 mars, des données sur l'acquisition d'émissions étrangères par les canaux de télévision canadiens. Quand on parle d'acquisition d'émissions étrangères, on parle surtout d'acquisition d'émissions américaines. J'ouvre une parenthèse: si on veut savoir ce qui se passe dans l'industrie de la télévision, il faut lire le *Globe and Mail*. On y trouve plein d'informations qu'on ne trouve pas toujours dans la presse de langue française, qui est trop souvent plus intéressée au papotage et aux vedettes qu'aux problèmes de fond.

Selon ces données du CRTC, les télédiffuseurs privés canadiens achètent de plus en plus d'émissions américaines. On a atteint le chiffre record de six cent quatre-vingt-huit millions de dollars en acquisition d'émissions étrangères en 2006¹. C'est soixante-quinze millions de dollars de plus que l'année précédente. Des tableaux fort intéressants illustrent, dans le *Globe and Mail*, les dépenses faites en émissions canadiennes et les dépenses en acquisitions étrangères selon le genre télévisuel. La somme du seul accroissement en acquisition d'émissions étrangères pour l'année 2006 est un peu supérieure à toutes les dépenses qui ont été faites en émissions dramatiques canadiennes pour la même année: soixante-douze millions contre soixante-quinze millions supplémentaires d'acquisitions.

Ce sont des données pour l'ensemble du Canada. Les deux grands réseaux du Canada anglais, CTV et Global, qui sont en guerre, achètent à prix fort des émissions américaines qu'ils diffusent en *prime time* pour accroître leur écoute, parce qu'au Canada anglais les émissions américaines, on le sait, sont populaires. Évidemment, le portrait n'est pas le même pour le Québec. Nous achetons beaucoup moins d'émissions américaines.

1. La tendance se maintient. Les télédiffuseurs privés conventionnels ont dépensé 721 millions de dollars pour des émissions étrangères en 2007, ce qui représente une augmentation de 4,9% comparativement aux 688 millions dépensés en 2006 (communiqué du CRTC du 4 mai 2008).

Au Québec, je ne vous apprends rien, on regarde et on produit bien plus d'émissions locales qu'on en achète à l'étranger. Les émissions canadiennes représentent près de 80 % (79 % en 2006) des dépenses en télévision. On illustre couramment la différence de la façon suivante. Si l'on regarde le *Top 30*, les trente émissions les plus populaires au Canada anglais et les trente émissions les plus populaires au Québec, la différence saute aux yeux. Les Canadiens anglais écoutent d'abord des émissions américaines et les Québécois, des émissions québécoises. C'est toujours vrai. Sauf que, ces jours-ci, il faut nuancer. Les émissions américaines me semblent plus nombreuses au palmarès québécois. À cela s'ajoutent les modèles ou les concepts venus d'ailleurs. On ne peut plus parler en effet des seuls modèles américains, on parle de concepts globaux. Les Brown, un des analystes les plus brillants de la télévision américaine, explique que le xx^e siècle a été celui du divertissement bon marché, qui s'est développé aux États-Unis, géré par des hommes d'affaires, en s'appuyant sur les innovations techniques. Ce modèle, aujourd'hui répandu à l'échelle planétaire, c'est le modèle commercial américain. En ce sens, un concept peut venir de Hollande ou du Japon, il reste « américain ».

Voyons le palmarès québécois de la semaine du 12 au 18 mars 2007. En tête de liste, *Le Banquier*, un concept « hollandais », deux millions deux cent mille spectateurs le jeudi ; *Le Banquier* du mercredi, deux millions cent mille. Après *Le Banquier*, *Tout le monde en parle*, c'est aussi un concept étranger. Suivent ensuite toute une série de téléromans nationaux, *Les Poupées russes*, *Nos étés*, *Annie et ses hommes*. À la dix-neuvième place, vient *La fièvre du mardi soir*, à TVA, en vingt-septième, à TVA encore, *Du talent à revendre*, le vendredi soir. Ce sont deux émissions américaines, traduites, plutôt mal d'ailleurs à mon avis. Je voudrais m'attarder un instant à ces émissions qui permettent peut-être de parler d'un certain retour des Américains.

Je ne sais pas si c'est une indication de ce qui vient. Faut-il relier ces émissions, qui ne coûtent pas cher, au discours du patron de Quebecor, M. Péladeau, qui répète depuis quelque temps qu'on n'a plus les moyens de faire le type de production québécoise qu'on réalisait auparavant, qu'on ne peut plus financer de grandes émissions « coûteuses » ? La communauté des artistes, les producteurs ont réagi vivement à ces propos de M. Péladeau, mais il n'a pas tout faux. C'est vrai que TVA n'a plus l'écoute et les revenus d'il y a quelques années, mais encore une fois, je le répète, les télé-généralistes ne sont pas dans la rue.

Cela nous mène aux problèmes structurels de la télévision canadienne. Le problème a toujours été le même. Quand on achète aux États-Unis, on réussit à réunir des auditoires très importants. Et l'on peut payer moins cher, souvent beaucoup moins cher, que si l'on produit localement. L'achat

aux États-Unis a beaucoup d'attrait financier. Dans le cas des émissions dont je viens de parler, *La fièvre du mardi soir* ou *Du talent à revendre*, leur coût d'acquisition peut se situer autour de vingt mille dollars. Dans le cas de *La fièvre du mardi soir*, un concours de danse, l'émission attire huit cent quarante-deux mille spectateurs². Imaginez, c'est presque autant que *Le match des étoiles*, une émission de même nature à Radio-Canada, mais avec un animateur québécois, avec des vedettes québécoises, etc. Le coût d'une émission comme *Le match des étoiles* n'a rien à voir avec le coût d'acquisition et les frais d'une traduction plutôt sommaire de *La fièvre du mardi soir*, une émission bon marché qui assure quand même des cotes d'écoute importantes. Pour l'homme d'affaires qui dirige une station de télévision, acheter aux États-Unis, c'est une aubaine. Voyons un autre exemple. À TVA, à la même heure que *Tout le monde en parle*, le dimanche, on diffuse une autre émission américaine traduite, *Les anges de la rénovation*, qui réussit à intéresser six cent mille spectateurs. On repasse l'émission le samedi matin, et quatre cent mille spectateurs sont à l'écoute. On achète cette émission pour des cacahuètes et un million de personnes la regardent. C'est certain que pour l'industrie de la production, pour les créateurs, c'est un problème. Un problème qui n'est pas neuf, et c'est ce qui fait qu'il a fallu légiférer, réglementer, pour garantir un espace aux œuvres et aux créateurs canadiens.

On a commencé par créer une radio publique dans les années 1930 (le problème était le même avec la radio). Ensuite on a créé un organisme de réglementation pour assurer un minimum de contenus canadiens, pour imposer des contenus canadiens aux heures de grande écoute, puis on a mis en place des programmes de financement de la production. On a créé tout un appareil de politiques publiques pour contrer le problème structurel que je viens de décrire où, pour des raisons économiques et financières évidentes, les patrons de la télévision ont la tentation très grande d'aller acheter aux États-Unis plutôt que de produire localement, parce que ça ne coûte pas cher et que c'est quand même rentable.

La culture, la crainte de l'invasion de produits culturels américains, la menace pour l'identité sont la raison d'être de la Loi canadienne sur la radiodiffusion. La loi canadienne, tout autant celle de 1991 que la précédente de 1968, sont des odes à la canadienité. Le caractère canadien des émissions revient dans le texte comme une incantation. Une succession de commissions d'enquête ou de groupes de travail ont fait état des mêmes

2. En 2008, *La fièvre de la danse* attire encore 731 000 spectateurs, au 33^e rang du palmarès (semaine du 31 mars au 6 avril, sondages BBM). Une autre émission américaine traduite, *Qui perd gagne*, réunit 834 000 personnes, au 23^e rang du palmarès de la même semaine.

appréhensions depuis le premier rapport à ce sujet, le rapport Aird en 1929. On a toujours craint l'influence culturelle américaine et tenu le même discours. Depuis le rapport Aird, jusqu'à la ministre Sheila Copps, qui a beaucoup fait dans les années 1990, non seulement à l'échelle nationale mais à l'échelle internationale, pour contrer l'influence américaine et garantir la diversité culturelle, le *leitmotiv* reste le même. Il faut empêcher que les idéaux des jeunes soient façonnés selon des valeurs qui ne sont pas les nôtres, c'est-à-dire des valeurs américaines, lisait-on dans le rapport Aird. Mme Copps disait, à la fin des années 1990, lors de la crise des magazines qui a opposé le Canada aux États-Unis à l'OMC: «J'ai une fille de 11 ans. Je veux qu'elle lise des histoires canadiennes dans les magazines canadiens, qu'on lui raconte des histoires canadiennes³.»

J'ai dit au départ que les Américains ne nous avaient jamais quittés. Notre façon de faire de la télévision est américaine. Notre façon de faire du journalisme l'est aussi d'ailleurs. *La Presse*, c'est la copie conforme du *Toronto Star*, qui est la copie conforme du *Chicago Tribune*. Avec des contenus différents, bien entendu. Je parle du format. Les modèles américains, on les a faits nôtres. L'émission phare, l'incarnation télévisuelle de l'identité québécoise, *La famille Plouffe*, s'inspirait d'une émission américaine. Pour qu'il fasse l'apprentissage des codes télévisuels, on avait fait regarder à l'auteur, Roger Lemelin, une série américaine, l'histoire d'une famille juive de New York, *The Goldbergs*⁴. Il n'y a pas plus québécois que *La famille Plouffe*, mais *La famille Plouffe* s'est tout de même inspirée de la vie des Goldberg. Ce qui ne veut pas dire que Roger Lemelin n'a fait qu'imiter. Au contraire. Les imitations ne sont pas toutes serviles. Dans un texte remarquable⁵ publié il y a quelques années, mon ami, malheureusement décédé, Sylvain Lelièvre, l'auteur de *Marie-Hélène*, de *Petit matin* et de tant d'autres chansons, explique qu'il faut distinguer les imitations serviles des imitations créatrices. Quand on imite, on se cherche, et c'est souvent en imitant qu'on trouve qui l'on est.

Je voudrais vous laisser avec une citation de Sylvain Lelièvre: «L'empire culturel américain – pour le meilleur ou pour le pire – sévit partout dans le monde, et sa voracité, notamment dans le domaine de la propriété intellectuelle et de l'autoroute électronique, a de quoi faire peur. Mais pas aux vrais créateurs. Ni, je l'espère de tout cœur, aux vrais producteurs, diffuseurs

3. P. Wells, «Sheila's daughter to the rescue», *National Post*, 18 novembre 1998, p. A7.

4. Voir à ce sujet le texte de Véronique Nguyen-Duy «Le téléroman et la volonté d'une télévision originale», dans Florian Sauvageau (dir.), *Variations sur l'influence culturelle américaine*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 1999, p. 135.

5. «Entre Elvis et Félix: le jeu du risque», dans *Variations sur l'influence culturelle américaine*, p. 121 et suiv.

et décideurs. Notre histoire en est une de prudence et de repli, mais aussi d'audace et d'imagination. Quant à moi, je préfère le jeu du risque à celui du ressentiment⁶. »

6. S. Lelièvre, « Entre Elvis et Félix : le jeu du risque », dans F. Sauvageau (dir.), *Variations sur l'influence culturelle américaine*, op. cit., p. 128.

■ LA TÉLÉVISION EN CRISE: LE RETOUR DES AMÉRICAINS ?

VINCENT LEDUC

Vice-président à la production et producteur exécutif, Zone 3

La télévision généraliste est en crise. Les propriétaires le prétendent et il n'y a pas lieu d'en douter. La solution envisagée par nos radiodiffuseurs : faire payer le consommateur par le truchement des frais d'abonnement à la câblodistribution. J'espère que tous les œufs des radiodiffuseurs ne sont pas dans le même panier, car si le CRTC refuse cette solution nous avons assurément un problème.

D'autres intervenants demandent de modifier les modalités du Fonds canadien de télévision. Il nous faut être prudents. Avant de détruire l'édifice au complet, il est important de vérifier où se trouvent les poutres de soutènement. Vous l'aurez compris, je vous invite à la plus grande des prudenances.

L'influence américaine ne date pas d'hier. La grande époque de Radio-Canada débutait le samedi après-midi par le baseball américain. Ça continuait avec le football américain le dimanche après-midi. Par la suite, il y a eu *Les Pierrafeu* et le *Dr. Marcus Wilby* en heure de grande écoute.

La télévision américaine a été influencée par la télévision anglaise et les grands succès américains comme *The Honeymooners*, *All in the Family*, *Three's Company* étaient à l'origine des émissions britanniques. Encore aujourd'hui, une émission comme *The Office* a débuté en Grande-Bretagne, a été reprise aux États-Unis et est maintenant sur les ondes de Radio-Canada. L'influence étrangère ne date pas d'hier.

Malgré les apparences, je crois qu'il y a moins de présence américaine à l'écran aujourd'hui qu'avant. Mais cela, évidemment, reste à vérifier et j'en laisse le soin à d'autres.

La nouveauté, c'est la mondialisation, qui n'est pas uniquement américaine. Les grands succès de télé-réalité sont européens ou australiens. *Loft Story*, *Survivor*, *Deal or No Deal*, *Who Wants to Be a Millionaire?* sont des succès qui ont été repris aux États-Unis, mais qui ne sont pas nés chez notre voisin du Sud. Sur les canaux spécialisés, il y a également une offre télévisuelle australienne, allemande, hollandaise, etc.

En raison des transferts de revenus publicitaires vers les multi-plateformes, les télévisions généralistes estiment qu'elles doivent avoir elles aussi les capacités de se décliner sur les autres modes de diffusion. Nous sommes d'accord. Mais ce qu'elles vont décliner sur ces multi-plateformes, ce sont des contenus. Les créateurs comme les producteurs devront aussi être de la partie.

■ PÉRIODE DE QUESTIONS

Les diffuseurs sont-ils craintifs ? Manquent-ils d'originalité ?

THÉRÈSE DAVID : Le télédiffuseur privé est craintif, car il doit d'abord et avant tout faire ses frais. Il s'agit d'une question de survie.

A-t-on des données sur l'influence des canaux qui nous viennent des États-Unis ?

VINCENT LEDUC : L'écoute des francophones du Québec des postes américains n'est pas significative. Les télévisions généralistes sont en crise, c'est vrai, mais les trois réseaux québécois accaparent tout de même cinquante pour cent des parts de marché de l'auditoire francophone.

Les producteurs ne sont-ils pas eux-mêmes un peu craintifs par rapport aux télédiffuseurs ?

VINCENT LEDUC : Nous ne sommes pas craintifs, mais nous essayons d'agir intelligemment et d'obtenir un équilibre dans ce que nous faisons. Le système est conçu pour les radiodiffuseurs. C'est vrai pour le crédit d'impôt, pour le Fonds canadien de télévision et pour Téléfilm. Dans ces conditions, il faut toujours convaincre le diffuseur de la pertinence de notre projet.

La télévision généraliste serait-elle assise sur ses lauriers ? Aurait-elle attendu trop longtemps pour lancer le débat ?

THÉRÈSE DAVID : Je pense que la refonte de la télévision généraliste aurait dû être faite il y a quelques années. Il faut repenser la télévision généraliste de façon prudente, intelligente. Il faut le faire maintenant et il faut agir plus rapidement.

FLORIAN SAUVAGEAU : Personne n'a dit un mot de la dimension politique. On a parlé des aspects économiques, des aspects culturels, mais la dimension politique est très importante. Le CRTC est à revoir ou à considérer l'avenir du Fonds canadien de télévision. Il y a des décisions politiques qui vont être prises.

Il faut rappeler la structure type de financement d'une émission dramatique. Le télédiffuseur paie approximativement vingt pour cent en droits de licence. Donc, si TVA finance une émission dramatique qui coûte 500 000\$ l'heure, TVA doit payer 100 000\$. C'est ça le problème structurel. Faire de la production ici, même avec le financement du Fonds canadien et les crédits d'impôt, ça coûte au radiodiffuseur 100 000\$. Lorsqu'il achète *La fièvre du mardi soir* aux États-Unis, ça lui coûte 15 000\$ ou 25 000\$. Bref, le financement d'une émission vient presque uniquement de fonds décidés par les pouvoirs publics. La dimension politique est donc très importante et il y a lieu de s'en préoccuper.

Comment présente-t-on un projet à un producteur ?

LUC WISEMAN : Chez Avanti, nous avons un comité de sages qui lit les projets. On en reçoit des centaines par année. Chaque maison de production a ses niches, ses spécificités. Si le projet est retenu, nous allons choisir un diffuseur qui est potentiellement le meilleur pour ce type de projet. Chaque projet n'est pas nécessairement concocté pour un diffuseur en particulier, mais on peut quand même faire une différence entre ce que TVA, TQS, Radio-Canada et Télé-Québec mettent à l'antenne. Donc, en fonction des particularités des radiodiffuseurs, on va présenter le projet et aller au premier diffuseur. Si ça ne fonctionne pas, on va au deuxième, et ainsi de suite. Lorsqu'on abandonne, c'est qu'on a fait le tour.

VINCENT LEDUC : Il n'y a pas que des projets de dramatiques. Même les grandes télévisions américaines ou anglaises, qui ont un financement presque infini, n'ont pas les moyens de se payer uniquement des dramatiques. Une télévision, qu'elle soit généraliste ou spécialisée, a différentes sortes d'émissions et elles passent toutes par la même procédure.

LUC WISEMAN : Chez Avanti, en dramatique, nous prenons une option et nous payons un certain montant pour l'acquérir. Si une scénarisation est nécessaire, nous faisons un contrat selon les normes des associations professionnelles.

Faut-il être patient ?

LUC WISEMAN : Il faut être patient. *Les Étoiles filantes*, qui sont en onde présentement, équivalent à un périple de quatre ans. *Grande Ourse* a pris cinq ans.

VINCENT LEDUC : Il faut être très persévérant. Et, oui, c'est plus facile de présenter un concept quand tu t'appelles Claude Meunier que Vincent Leduc.

THÉRÈSE DAVID : Les télédiffuseurs développent aussi des séries avec des producteurs. TQS a développé *Cover Girl*, mais elle a été diffusée ailleurs. Le premier développement du *Monde de Charlotte* a été réalisé à TQS. Une série comme *Le retour de Lance et compte* a été développée à TQS, mais diffusée à TVA.

Quel est l'avenir de la télévision documentaire ?

VINCENT LEDUC : Il y a différentes formes de documentaires, et la télévision généraliste n'est pas le lieu idéal pour la diffusion des documentaires. Cependant, les télévisions publiques, qui sont financées largement par les deniers publics, devraient manifester plus d'ouverture pour le documentaire.

Canal D a présenté beaucoup de documentaires qui ne sont pas nécessairement à grands budgets, mais qui permettent aux gens d'exprimer des idées et donnent lieu à un foisonnement économique qui est loin d'être inintéressant.

On semble associer chaînes spécialisées à mondialisation, à américanisation et, au contraire, chaîne généraliste à localisation ? Qu'en dites-vous ?

FLORIAN SAUVAGEAU : Les chaînes spécialisées sont venues avec l'évolution technique, avec la possibilité que la technologie offre d'avoir de plus en plus de chaînes. Les premières chaînes spécialisées ont été *Much Music*, le *Sports Network*, etc. Ensuite, ça s'est multiplié, et les chaînes spécialisées sont venues gruger une partie de plus en plus importante de l'écoute. C'est

ça qu'on appelle la fragmentation. Aujourd'hui, le discours des radiodiffuseurs, c'est de dire : attention, la fragmentation va aller encore plus loin parce que maintenant il y a Internet.

Ce qu'ils disent aussi, c'est qu'on ne pourra plus continuer à vivre avec un monde non réglementé, celui d'Internet. Il n'y a pas de règles de contenu canadien sur Internet. On n'est pas obligé, comme à TQS, d'avoir des émissions canadiennes. Il y a ainsi deux poids, deux mesures.

LUC WISEMAN : Ce qu'il faut dire aussi, c'est que certaines télévisions spécialisées ont eu des difficultés financières et ont complètement changé leurs objectifs. *Évasion* fait maintenant de l'humour et des quiz. *Évasion* devait traiter de voyages.

VINCENT LEDUC : On dit : ce sont des ondes publiques. On le croit, et nous avons été élevés à le croire. Ce n'est peut-être plus vrai. On croit qu'obtenir une licence de radiodiffusion est un privilège. Ce n'est peut-être plus ça. C'est un univers changeant et, jusqu'à maintenant, il a été réglementé. Je pense que tout peut être appelé à changer, mais je crois que l'univers de la radiodiffusion canadienne, et particulièrement québécoise, a été un grand succès.

FLORIAN SAUVAGEAU : Les canaux spécialisés, c'est un grand succès d'écoute canadienne et francophone. S'il n'y avait pas eu de canaux spécialisés, on aurait des canaux spécialisés américains.



TRAVAILLER À L'AMÉRICAINNE

Animation : Raymond Cloutier

*L'influence de la télévision américaine
dans nos séries télévisuelles*

■ Pierre-Yves Bernard

■ Hugo Dumas

■ Michel Rodrigue

■ Patrice Sauvé

Période de questions

*Dans le vendre du dragon :
travailler avec les Américains au cinéma,
c'est comment ?*

■ Jean-Pierre Bergeron

■ Hans Fraikin

■ Jean Leclerc

■ Pierre Magny

Période de questions

■ L'INFLUENCE DE LA TÉLÉVISION AMÉRICAINE DANS NOS SÉRIES TÉLÉVISUELLES

ANIMATION : RAYMOND CLOUTIER

Invités : *PIERRE-YVES BERNARD*
HUGO DUMAS
MICHEL RODRIGUE
PATRICE SAUVÉ

ANIMATEUR : On va commencer cette table ronde, cette rencontre, cette discussion sur l'influence de la télévision américaine sur la télévision et le cinéma québécois. Nous avons invité deux praticiens, d'abord Pierre-Yves Bernard, qui est auteur et scénariste. Il a participé à l'écriture de *Minuit le soir* et à celle de *Dans une galaxie près de chez vous*. Vous êtes celui qui va nous parler de cette influence, et nous dire si vous êtes sous influence. Patrice Sauvé, le réalisateur, qui a révolutionné la télévision d'ici, avec *La Vie, la vie, Grande Ourse, L'héritière de Grande Ourse, Ciao Bella* et *Cheech*, son premier long métrage. Nous avons également avec nous Michel Rodrigue, qui est président et chef de la direction de Distraction Formats, qui distribue, achète ou vend des formats et formules télé un peu partout dans le monde. Enfin, pour regarder cela d'un peu plus haut, nous avons demandé à Hugo Dumas, qui est chroniqueur télé pour *La Presse*, d'être avec nous.

Hugo Dumas, la première question qu'il faut se poser, c'est bien de définir cette influence ?

HUGO DUMAS : Il faut faire une différence entre influence et envahissement. Il y a des gens qui regardent l'écran et se disent, ça, c'est une série doublée, ça, c'est telle série. Il y a une différence entre un créateur qui regarde la télévision américaine, et qui se dit qu'il se fait des choses intéressantes et qu'au Québec on pourrait en faire autant, et des réseaux de télévision au Québec qui achètent des séries déjà conçues, traduites en français, et présentées aux heures de grande écoute. Il faut faire une différence entre ces deux types d'actions.

ANIMATEUR : Néanmoins, le colloque demandait : Nos médias sont-ils sous influence ? Lorsqu'on parle d'être sous influence, il y a un aspect drogue, un aspect envoûtement. Avant même l'écriture, vous étiez sous cette influence à la culture visuelle américaine ?

PIERRE-YVES BERNARD : Au Québec, je ne suis pas convaincu qu'on soit influencé à ce point par notre voisin américain. Pour la plupart de nos fictions en onde cette année, j'aurais de la difficulté à retracer une filiation avec une émission américaine. En France, l'influence américaine est énorme et les chaînes commandent beaucoup de *remakes* de séries américaines. Au Québec, je serais surpris qu'un diffuseur demande de copier une série déjà existante aux États-Unis. Au Québec, je crois que nous avons une prise de parole très originale, très personnelle.

ANIMATEUR : Mais à l'exception du *remake* ou de l'achat copié/collé, lorsque j'étais jeune, la télé québécoise était très fermée sur elle-même, très originale, unique au monde. Tout à coup, la télé américaine s'est mise à pénétrer dans les foyers, par toutes sortes de moyens. Certaines personnes bilingues regardaient les chaînes américaines ou les chaînes canadiennes-anglaises. La grande transformation, à mon avis, s'est produite avec l'arrivée de la série *Lance et compte*. Ne s'agit-il pas d'une influence esthétique provenant des États-Unis ?

PATRICE SAUVÉ : L'influence est toujours inconsciente. Oui, j'ai baigné dans la télévision et le cinéma, tant américains qu'européens. Il est certain que les *success stories* américaines ont influencé la structure dramatique de *Lance et compte*. L'équivalent cinématographique à la télévision, les Américains l'avaient réalisé avant nous. Nous avons certainement utilisé leurs exemples et leurs références pour canaliser nos histoires à nous. Toutefois, je ne suis pas certain qu'une histoire de hockey aurait fasciné les Américains à ce point. Il s'agissait de notre propre courbe dramatique.

ANIMATEUR : *La Vie, la vie*, ça nous a semblé un produit extrêmement privé, original, à nous, c'est vrai ?

PATRICE SAUVÉ : Au niveau de la forme, je suis allé voir du côté des Européens. Au niveau du cinéma américain, il y a une chose qu'ils font exceptionnellement bien. Ils génèrent des héros. Ils sont passés maîtres dans l'art de créer des archétypes, une mythologie qui est parfois discutable, mais ils ont une force exceptionnelle, celle de prendre une histoire, d'en amener les personnages à un niveau universel. Dans *La Vie, la vie*, j'ai tenté de prendre les textes de Stéphane Bourguignon et de proposer au public une représentation de toute une génération, celle du passage à l'âge adulte. Les Américains ont beaucoup influencé la façon de faire, mettre la musique, ralentir, créer une émotion, donner une ampleur, un lyrisme. Ces leçons

viennent d'abord et avant tout des Américains. Elles ne viennent pas des Européens. Ce n'est pas leur manière de faire. C'est par le cinéma américain que je suis arrivé à trouver des codes pour faire *La Vie, la vie*.

ANIMATEUR: Michel Rodrigue, vous achetez des formats, vous en vendez, vous échangez, vous êtes dans soixante-dix pays à travers le monde. Notre production a-t-elle subi une telle influence ?

MICHEL RODRIQUE: Toutes les télévisions du monde ont subi l'influence américaine. La télévision est américaine. Elle a été créée aux États-Unis. J'estime qu'on a eu la bonne influence. On a eu la chance, ici, au Québec, de ne pas être anglophones, d'avoir une barrière linguistique entre nous et les États-Unis, ce qui nous a permis de garder nos distances. Cela dit, on a emprunté le rythme des Américains.

ANIMATEUR: Mais c'est normal, on est en Amérique ! On a le même rythme qu'eux, on n'a juste pas les mêmes moyens pour produire...

MICHEL RODRIQUE: Pour garder le rythme qu'ils ont avec les moyens que nous avons, il nous faut être vraiment créatifs. Ça prend des réalisateurs de grande qualité. Au Québec, nous avons cinq générations d'écriture dramatique en télévision.

ANIMATEUR: Saviez-vous cela, Hugo Dumas ?

HUGO DUMAS: C'est intéressant. Plus tôt, Pierre-Yves Bernard disait que, du côté créatif, on ne sent pas l'influence américaine. Si vous avez regardé *Sophie Paquin*, on sent un peu d'*Ally McBeal* dans la folie, dans l'écriture. Il y a un petit côté *Ally McBeal* dans *Tout sur moi*, qui a été une série formidable. On regarde *La galère*, il y a un petit côté *Beautés désespérées*. On voit que c'est une bonne émission et ça peut nous donner un « flash ». Si vous avez suivi *Un homme mort*, à chaque épisode il y a la petite horloge de *24 heures chrono* qui clignote à l'écran. Tout cela vient de la télé américaine.

ANIMATEUR: Pierre-Yves Bernard, dans une série comme *Minuit le soir*, vous devez avouer que les Américains ont ouvert la porte.

PIERRE-YVES BERNARD: Oui, tout à fait. Je n'ai pas la prétention de dire que nous avons tout inventé au Québec. Mais lorsqu'on parle de l'imaginaire collectif, il faut savoir que cet imaginaire est forgé par les États-Unis et par l'Europe également. On ne consomme pas énormément d'émissions de télévision européenne, mais on s'abreuve au cinéma européen. L'influence américaine la plus positive est peut-être au niveau des chaînes, des diffuseurs, car depuis l'éclosion d'HBO et des chaînes de ce type, il y a énormément d'audace à la télé américaine. Je crois que nos diffuseurs devraient

prendre exemple sur ce qui se fait aux États-Unis et réaliser que l'audace est payante, que les téléspectateurs ont envie de consommer des produits qui sont innovateurs et originaux. Si nous ne faisons pas preuve d'audace, les Américains vont le faire à notre place.

ANIMATEUR : Je voulais vous demander, Michel Rodrigue, si notre télé est exportable. Est-elle trop originale, trop locale ou est-elle trop comme celle de tous les autres ?

MICHEL RODRIGUE : *Un gars, une fille* a été vendue dans trente-deux pays. *Un gars, une fille* est un ensemble de sketches dont le propos est universel.

ANIMATEUR : Il n'y avait aucune influence américaine ? C'était une vraie trouvaille ?

MICHEL RODRIGUE : Ça ne ressemble pas aux Américains du tout. Mais pour revenir à votre question, nous avons un produit qui est extraordinaire. Par contre, notre produit a un défaut, il est en français.

ANIMATEUR : Attention ! S'il n'était pas en français, il ne serait pas là.

MICHEL RODRIGUE : Voilà ! Ce sont les deux côtés du problème. D'un côté, parce qu'il est en français, on en contrôle l'influence, mais, de l'autre, le fait qu'il soit en français permet difficilement de le vendre à l'étranger.

ANIMATEUR : Mais là, les Italiens ont un problème, les Espagnols, les Français ! La planète a le même problème ?

MICHEL RODRIGUE : En effet. Il faut être en mesure de transformer ces produits et de les proposer en anglais.

ANIMATEUR : Pourtant, les Hollandais, qui se spécialisent en télé-réalité, envahissent la planète avec leurs concepts.

MICHEL RODRIGUE : Oui, mais ils ont su produire leurs émissions en langue anglaise.

ANIMATEUR : Sur le territoire hollandais ?

MICHEL RODRIGUE : Non. Ils ont développé le concept en Hollande et n'ont pas nécessairement connu de succès en Hollande. Ils ont connu un premier succès en Angleterre avec *Big Brother*, qui est *Loft Story* ici. *Deal or No Deal* a été développé aux États-Unis. *Star Academy* a été développé en France.

ANIMATEUR : Alors, on quitte l'influence américaine ? L'émission *Le Banquier*, qui est l'adaptation de *Deal or No Deal*, peut-elle être qualifiée d'émission québécoise ? Hugo Dumas ?

HUGO DUMAS: Oui, car elle fait travailler des artisans québécois. C'est une recette qu'on a achetée et qu'on a brassée avec nos propres ingrédients.

ANIMATEUR: Patrice Sauvé et Pierre-Yves Bernard, ça ne doit pas vous plaire, vous, les créateurs, que notre espace écran soit envahi par des recettes toutes faites.

PIERRE-YVES BERNARD: Il faut travailler encore et encore.

ANIMATEUR: Je voudrais parler de cinéma. Nos écrans sont occupés en grande partie par des productions américaines. Hugo Dumas?

HUGO DUMAS: Oui, c'est vrai. Mais si on se compare au Canada anglais ou au reste de la planète, on a tout de même un marché cinématographique qui réussit à trouver son public. Nous sommes des Gaulois, c'est-à-dire que nous résistons. On consomme des films américains, mais traduits avec des acteurs québécois. Ça fait travailler des gens d'ici. Mais, effectivement, le cinéma américain prend beaucoup de place et la mise en marché des films québécois, depuis cinq ans, est copiée sur celle des Américains. On fait des tapis rouges, on met des millions de dollars dans la promotion du film, on monte des campagnes dignes d'Hollywood, mais avec nos propres moyens. Les techniques américaines de mise en marché se sont infiltrées dans la commercialisation de notre cinéma.

ANIMATEUR: On remercie Hugo Dumas, Pierre-Yves Bernard, Michel Rodrigue, Patrice Sauvé. Maintenant, en deuxième heure d'émission, on va pénétrer dans le ventre du dragon.

■ PÉRIODE DE QUESTIONS

Pourquoi la série Rumeurs, qui fonctionne très bien en français, a-t-elle été un échec au Canada anglais ?

HUGO DUMAS: Les comédiens ne sont pas très bons et le rythme est lent. Je n'ai pas l'impression que cette série va fonctionner.

Les producteurs et les radiodiffuseurs parlent beaucoup de sous. J'aimerais savoir si vous avez suffisamment de sous pour créer encore davantage.

PIERRE-YVES BERNARD: Non. Nous rêvons aux moyens qu'ont les Américains. On travaille dans des conditions qui ne sont pas faciles. D'un autre côté, nous avons développé une façon de faire, une façon de tourner, qui est bien la nôtre.

Le budget est-il en corrélation avec la réussite ?

PATRICE SAUVÉ: Il est corrélation avec le type d'histoire que l'on souhaite raconter. Après la présentation de *Grande Ourse*, la porte s'est refermée pour la réalisation de séries lourdes. Un jour, on voudra raconter un certain type d'histoire et on n'aura peut-être plus les moyens de le faire.

À la télévision américaine, les émissions traitent de leur propre réalité. Cette réalité serait-elle plus universelle que la nôtre ?

MICHEL RODRIGUE : On parle de mise en marché. Les Américains se vendent très bien. Ils vendent leur mode de vie.

■ DANS LE VENTRE DU DRAGON: TRAVAILLER AVEC LES AMÉRICAINS AU CINÉMA, C'EST COMMENT ?

ANIMATION : RAYMOND CLOUTIER

Invités : *JEAN-PIERRE BERGERON*
HANS FRAIKIN
JEAN LECLERC
PIERRE MAGNY

ANIMATEUR : Nous allons maintenant pénétrer dans le ventre du dragon avec des gens qui ont travaillé avec les Américains. D'abord avec deux acteurs, Jean-Pierre Bergeron et Jean Leclerc, ensuite avec Pierre Magny, premier assistant réalisateur de nombreux cinéastes canadiens, français et américains, et, enfin, avec Hans Fraikin, commissaire national au Bureau du cinéma et de la télévision du Québec.

Hans Fraikin, qu'est-ce que vous faites ? Qu'est-ce que c'est ce bureau ?

HANS FRAIKIN : Le bureau existe depuis moins d'un an. Son mandat est d'attirer des tournages étrangers sur le territoire. Je passe ainsi beaucoup de temps à Los Angeles et à New York. Au bureau, on veille aussi à la promotion, à l'accueil, et au développement de l'industrie. Nous proposons aussi des projets structurants pour améliorer notre infrastructure et notre production locale, ce qui accroît notre compétitivité et l'offre que nous sommes en mesure de faire aux Américains ou aux Européens qui veulent tourner ici.

ANIMATEUR : Peut-on dire que 90 % de l'effort va vers le sud ?

HANS FRAIKIN : Notre priorité est effectivement Los Angeles. Mais on se prépare pour le Festival de Cannes et on aura une présence là aussi.

ANIMATEUR : Qu'est-ce qui nous fascine tant dans cette culture et pourquoi y être allé travailler ?

JEAN-PIERRE BERGERON : Il y avait une décision personnelle et professionnelle. J'approchais la quarantaine et je voulais vivre quelque chose de complètement nouveau. Mon père est né aux États-Unis. Un Américain québécois, francophone, ghettoisé au Massachusetts. Il est revenu vivre ici.

ANIMATEUR: Tu t'identifies à cette culture de façon spontanée ?

JEAN-PIERRE BERGERON: Le *Rock and Roll*, les convertibles, les autos de couleur, je trouvais cela fantastique.

ANIMATEUR: Jean Leclerc, vous avez eu la même fascination ?

JEAN LECLERC: En théâtre, la plupart des gens allaient faire un saut à Paris. J'ai fait l'expérience et ça ne m'a rien fait. Je n'ai ressenti aucune sorte d'appartenance. Ça ne m'a pas intéressé. Par contre, il y avait cette pulsion à New York. Moi, c'était cette ville qui me fascinait.

ANIMATEUR: Lorsqu'on t'a demandé de jouer dans *Dracula* sur Broadway, il y a eu un doute ?

JEAN LECLERC: Je n'ai jamais cru avoir le rôle. Eux savent que j'ai fait un film pour la BBC, en Angleterre, qui a été présenté à PBS. Ils me voient et disent c'est lui qu'on veut.

ANIMATEUR: Est ce qu'il y a eu un doute ?

JEAN LECLERC: Lorsque j'ai eu le rôle, j'ai demandé à plusieurs reprises *Are you sure?* En 1976, quand je suis parti, je ne savais pas qu'il y avait des *managers*, des agents, etc. On ne connaissait pas cela à l'époque. Personne n'avait d'agent. Tu parles toujours par personne interposée. Pour moi, c'était complètement nouveau. J'ai probablement sauté quinze ans de travail ardu, de figuration, pour arriver à jouer un premier rôle sur Broadway.

ANIMATEUR: Pierre Magny, quelle est la différence entre ces équipes américaines qui viennent tourner ici et les tournages locaux ?

PIERRE MAGNY: Il y a une très grande différence. Nous avons beaucoup appris des Américains lorsqu'ils sont arrivés ici, il y a à peu près vingt-cinq ans. Je parle ici du point de vue technique avec la direction photo, la prise de son, les décorateurs, etc. Ils arrivaient avec une façon bien à eux de fabriquer du cinéma. Nous, on était ravis de pouvoir travailler avec les Américains.

Les Américains viennent ici aussi parce que la fabrication d'un film coûte passablement moins cher, dans un décor qui ressemble un peu au leur. Ils ne viennent pas à Montréal pour tourner Montréal. Ils viennent à Montréal pour tourner New York ou une quelconque banlieue.

JEAN-PIERRE BERGERON: L'expertise et la qualité de la main-d'œuvre québécoise sont également des incitatifs importants. Ce ne sont pas seulement les crédits d'impôt, le Vieux-Montréal, les Studios Mels. Ce sont aussi nos artisans, la façon dont ils travaillent et leur expérience.

ANIMATEUR : Jean-Pierre Bergeron, pourquoi quitte-t-on un territoire, qu'est-ce qui nous fascine tant à Hollywood ? Qu'est-ce qu'il y a là qui est plus grand qu'ailleurs ?

JEAN-PIERRE BERGERON : C'est une jungle beaucoup plus grande qu'ici. Ce que tu fais est vu partout dans le monde. Tu as une diffusion, tu as accès à une diffusion internationale qui est beaucoup plus grande que si tu travailles en français au Québec. Au Québec, j'ai fait ce que je voulais faire. Je souhaitais avoir accès à une plus grande diffusion. Je crois que c'est normal, comme artiste, d'écouter la partie de soi qui veut être entendue par plus de gens.

ANIMATEUR : Jean Leclerc, vous êtes resté pour les mêmes raisons ?

JEAN LECLERC : Quand *Dracula* s'est terminé, il n'y avait pas nécessairement de choses qui m'attendaient au Québec. Aux États-Unis, on me demandait d'auditionner pour *Camelot* avec Richard Burton. Ensuite, il y avait une série de télévision à Los Angeles. Il fallait déménager en Californie. C'était cela, ou revenir et attendre d'avoir quelque chose. Je me suis dit, allons-y pour voir, et j'y ai passé quatre ans. Lorsque l'offre d'ABC de revenir à New York est venue, et qu'on m'a offert un pont d'or pour rester, c'était parfait.

ANIMATEUR : Hans Fraikin, existe-t-il un effet pervers d'avoir cette invasion étrangère chez nous pour notre production locale ?

HANS FRAIKIN : Il y a des avantages concrets, comme les transferts d'expertise, de connaissances et de savoir-faire. C'est des dizaines de millions de dollars lors d'une bonne année, des centaines de millions de dollars d'influx de capitaux frais qui viennent dans l'économie québécoise, qui font travailler des milliers de techniciens, qui font fonctionner des studios d'effets visuels, des studios de tournage, et ça, c'est de l'expertise, des actifs et des ressources qui sont ensuite disponibles pour la production. J'y vois vraiment des bénéfices.

ANIMATEUR : Pierre Magny, sentez-vous de l'arrogance lorsque vous travaillez avec les Américains ?

PIERRE MAGNY : Nous avons été habitués au système « D » pour débrouillardise. Au Québec, on essaie d'organiser des tournages avec une économie de moyens. Lorsqu'on arrive là-bas et qu'on fait face à huit producteurs exécutifs, six scénaristes, qu'il faut tourner seize heures par jour en raison de la pression de l'argent sur les comédiens, sur la location d'équipements, etc., il faut vraiment tourner à une vitesse folle.

ANIMATEUR: Moins il y a d'argent, plus c'est relax ?

PIERRE MAGNY: Aux États-Unis, les comédiens coûtent deux, trois, quatre, cinq millions de dollars et s'ils dépassent le temps qui leur a été alloué, c'est de l'argent supplémentaire. Alors tous les techniciens doivent travailler pour que le comédien puisse entrer à l'hôtel à l'heure convenue.

ANIMATEUR: Jean Leclerc, je vais vous poser le même type de question, mais pour le théâtre. Quelle est la différence fondamentale ?

JEAN LECLERC: Ici, le metteur en scène est presque Dieu. Il a droit à n'importe quoi. Le metteur en scène aux États-Unis est un employé et il peut être congédié si ça ne fait pas l'affaire du producteur. Ça, pour moi, ç'a été une révélation car, ici, très souvent, on prend nos directeurs de théâtre pour des fonctionnaires ou des directeurs administratifs. Très souvent on délègue au metteur en scène la responsabilité de tout un spectacle. À New York, ils ont des comptes à rendre. Là-bas, rien n'est subventionné, alors il y a des risques qui sont énormes.

ANIMATEUR: Jean-Pierre Bergeron, lorsqu'on fait ce pas vers une carrière américaine, faut-il se transformer ?

JEAN-PIERRE BERGERON: Je pense que, aux États-Unis, comme partout dans le monde, si on n'est pas soi, on n'a pas la moindre chance de réussir artistiquement. Cela dit, il s'agit d'être soi et d'entrer dans un corridor extrêmement organisé. Il y a un gros *party* aux États-Unis et moi j'ai décidé d'y aller.

ANIMATEUR: Pierre Magny, avec les Américains, il y a une sorte de paradis du tournage. Quand on revient sur terre, ça pose problème ?

PIERRE MAGNY: Non, pas du tout. La vie continue.

ANIMATEUR: Merci beaucoup à Hugo Dumas, Pierre-Yves Bernard, Patrice Sauvé, Michel Rodrigue, Jean Leclerc, Jean-Pierre Bergeron, Hans Fraikin et Pierre Magny.

■ PÉRIODE DE QUESTIONS

La question s'adresse aux acteurs présents. Êtes-vous perçus comme un francophone, devez-vous travailler l'accent ?

JEAN LECLERC : Moi, j'ai dû apprendre à jouer avec un accent américain, pour jouer certains Américains de naissance.

JEAN-PIERRE BERGERON : Les Américains aiment le talent. Ils aiment la compétition et ils reçoivent à bras ouverts les gens qui ont du talent et qui peuvent apporter quelque chose à leur culture.

PIERRE MAGNY : Le film *300* a été tourné à Montréal, non seulement en raison de la valeur de l'argent canadien, mais aussi à cause du talent d'Hybrides, cette compagnie 3D, nichée à Saint-Sauveur.

Je voudrais savoir si chacun, dans vos métiers respectifs, vous avez la certitude d'avoir influencé les Américains ?

PIERRE MAGNY : Oui, dans ma façon de travailler. Moi, j'ai commencé à l'Office national du film. J'avais des méthodes de misère et ils ont trouvé que j'étais extrêmement débrouillard.

JEAN LECLERC : J'abonde dans la même direction. Il faut être soi-même. Si tu perdures dans le temps et qu'on continue à t'engager, c'est qu'il y a quelque chose qu'ils aiment.

JEAN-PIERRE BERGERON : J'ai une réponse pratique. J'ai enseigné le jeu à de plus jeunes acteurs américains, donc oui.

CONCLUSION

Sous influence? Vraiment?

Comme bien d'autres, le Québec échappe difficilement à l'influence qu'exercent les États-Unis d'Amérique. Que ce soit sur les plans politique, militaire, économique ou culturel, les Américains sont, en quelque sorte, les grands maîtres du jeu.

Au Canada et au Québec, cet ascendant s'exerce de façon particulièrement marquée en raison des proximités géographique, linguistique et culturelle entre les deux pays. La métaphore de l'éléphant employée dans les années 1970 par le premier ministre du Canada à cette époque, monsieur Pierre Elliott Trudeau, pour décrire les relations entre le Canada et les États-Unis semble plus pertinente que jamais: « *Living next to you is in some ways like sleeping with an elephant. No matter how friendly and even-tempered is the beast... one is affected by every twitch and grunt*¹. »

Les États-Unis exercent un ascendant certain sur notre cinéma, notre télévision et nos médias d'information. Cette ascendant s'exerce de différentes manières. Notre cinéma, notre télévision et nos médias d'information sont-ils sous influence pour autant?

La plupart des acteurs et des observateurs réunis lors de *Born in the U.S.A.: les médias québécois sous influence?* s'entendent pour dire que le Québec a été influencé par les États-Unis. Mais le Québec serait aussi influencé par l'Europe, notamment par son cinéma, et par les productions Monde qui viennent de différents pays.

1. <www.cbc.ca/news/background/petrocanada>.

Malgré ces différentes influences, le Québec, a-t-on estimé, a su développer au fil du temps une prise de parole et une manière de faire bien à lui. Notre propre américanité, aussi, ne peut être mise en doute et il est bien inutile de la contester.

Nous avons également été en mesure de tirer notre épingle du jeu. Les Québécois préfèrent à toute autre chose, y compris les productions américaines, leur télévision et leur cinéma. Il existe suffisamment de manifestations de notre savoir-faire et de notre génie créatif pour mettre en doute l'idée d'une homogénéisation culturelle américaine de la planète. Le Canadien Kiefer Sutherland, qui interprète Jack Bauer dans *24 heures chrono*, Céline Dion, qui entonne le *God Bless America*, et le Cirque du Soleil à Las Vegas sont assurément des exemples probants de cette autre influence, la nôtre.

De l'avis de nombreux acteurs et observateurs, le Canada et le Québec ont surtout l'obligation de veiller au développement d'une culture du cru en permettant aux créateurs de concevoir, de produire et de diffuser.

Pour contrer un ascendant éhonté, peu importe son origine, les nations peuvent maintenant recourir aux modalités de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). Ils peuvent aussi accroître leur maîtrise des nouvelles technologies de communication pour parfaire la réception ou la diffusion d'œuvres internationales.

Cela étant dit, il faudra demeurer aux aguets et veiller d'autant à l'évolution et au mouvement parfois brusque de l'éléphant américain ou de l'éléphant monde pour assurer la pérennité de notre originalité.

Yves Théorêt



omme bien d'autres, le Québec échappe difficilement à l'influence qu'exercent les États-Unis d'Amérique. Que ce soit sur le plan politique, militaire, économique ou culturel, les Américains sont, en quelque sorte, les grands maîtres du jeu. Mais comment leur ascendance s'exerce-t-elle précisément? Quelles en sont les manifestations? Notre cinéma, notre télévision et nos médias d'information sont-ils sous influence?

En réunissant des chercheurs et des professionnels du milieu, l'École des médias a voulu mettre en doute l'idée d'une homogénéisation culturelle américaine de la planète et démontrer comment les États-Unis influencent notre culture mais, aussi, comment les cultures canadienne et québécoise, et leurs représentants, peuvent tirer leur épingle du jeu.

YVES THÉORÊT est professeur en stratégies de production culturelle et médiatique à l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), après y avoir occupé la fonction de directeur de 2005 à 2008. Il a également œuvré au ministère des Communications du Canada, au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) et chez Vidéotron.

Tour à tour journaliste au quotidien Le Jour, à l'Agence France-Presse, à la Presse canadienne, auprès d'Inter Press Service et au Devoir, ANTOINE CHAR est professeur de journalisme depuis juillet 1995 et, depuis 2008, directeur de l'École des médias. Pour ne pas « perdre la main », Antoine Char écrit régulièrement dans des publications montréalaises.

MARGOT RICARD œuvre dans le milieu de la télévision depuis plus de 20 ans. Tour à tour recherchiste, journaliste, conceptrice et réalisatrice, elle est, depuis 2004, professeure en télévision à l'École des médias.

Ont collaboré à cet ouvrage

Jean-Pierre BERGERON
Pierre-Yves BERNARD
Jean-Pierre BOYER
Antoine CHAR
Claude-Yves CHARRON
Raymond CLOUTIER
Charles-Philippe DAVID
Thérèse DAVID
Hugo DUMAS
Hans FRAIKIN
Robert GOYETTE
Richard HÉTU
Jean LECLERC

Vincent LEDUC
John R. MACARTHUR
Isabelle MAHY
Pierre MAGNY
Frédéric NICOLOFF
Charles PERRATON
René-Jean RAVAUULT
Margot RICARD
Michel RODRIGUE
Florian SAUVAGEAU
Patrice SAUVÉ
Yves THÉORÊT
Luc WISEMAN



ISBN 978-2-7605-1602-1



www.puq.ca