

Le public des téléromans québécois

Christine Eddie

Volume 15, Number 2, août 1982

La consommation littéraire de masse au Québec

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/500573ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/500573ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département des littératures de l'Université Laval

ISSN

0014-214X (print)

1708-9069 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Eddie, C. (1982). Le public des téléromans québécois. *Études littéraires*, 15(2), 185–199. <https://doi.org/10.7202/500573ar>

Tous droits réservés © Département des littératures de l'Université Laval, 1982

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

LE PUBLIC DES TÉLÉROMANS QUÉBÉCOIS

christine eddie

Certes, l'audience de quelques grands auteurs est vaste: Balzac, Tolstoï, Dickens ont des lecteurs dans tous les pays et dans les classes sociales où l'on a appris à lire; et Shakespeare peut être joué n'importe où. Mais un livre, aujourd'hui, même si sa diffusion dépasse les frontières nationales, ne s'adresse guère qu'à une certaine classe de lecteurs, non à plusieurs, non à toutes. La littérature écrite ne pourra plus concurrencer, sur ce terrain en tout cas, les formes de fiction ou de poésie qui sont véhiculées par l'image.

**Jean-Louis Curtis,
*Questions à la littérature***

C'est maintenant devenu un lieu commun, lorsqu'on parle des téléromans québécois, de rappeler leurs fortes cotes d'écoute. Léon-Joseph Beaulieu ou la famille Jacquemin, comme autrefois le capitaine Aubert, Séraphin Poudrier ou les Plouffe, semblent avoir la faculté commune de tenir rivée à leur petit écran, les soirs de semaine entre 19 et 21 heures, une grande partie des Québécois. Les chiffres sont formels: de 500 000 à plus de deux millions de téléspectateurs sont fidèles à une dizaine de téléromans, année après année.

Ces chiffres sont fournis par des maisons de sondages spécialisées en auditoires de télévision. L'une des plus connues, BBM (Bureau of Broadcast Measurement), effectue régulièrement ce genre de sondage au Canada, depuis 1959. Bien que les méthodes d'enquêtes de BBM prêtent parfois flanc à la critique¹, elles demeurent l'outil de mesure le plus utilisé et le plus adéquat dont nous disposons actuellement. Ce sont les données de BBM que nous avons voulu étudier ici; au-delà du chiffre brut de la cote d'écoute, que peut-on savoir du public des téléromans ?

Environ vingt-cinq fois par année, BBM publie des sondages appelés *Rapports réseaux* dans lesquels sont livrées les cotes d'écoute de toutes les émissions diffusées durant sept jours consécutifs par quatre grands réseaux de télévision canadienne: CBC, CTV, Radio-Canada et TVA. Chaque sondage est fait auprès d'un échantillonnage différent qui respecte les variables démographiques de la population. Chacune des cotes d'écoute est répartie selon un minimum de variables: âge, sexe et occupation. Nous avons choisi les trois *Rapports réseaux* couvrant la période du 20 octobre au 9 novembre 1980; pour l'ensemble des trois semaines, nous avons calculé une moyenne pour chaque cote d'écoute.

Si nous avons choisi cette période d'octobre-novembre, c'est parce que c'est celle où les habitudes d'écoute sont, en principe, adoptées, puisque les programmations d'automne-hiver ont débuté en septembre; de plus, elle se situe entre les matchs éliminatoires de baseball et de football qui, chaque année, perturbent les horaires de télévision. Nous nous sommes arrêtée à l'année 1980 surtout parce qu'elle était récente, mais aussi parce qu'alors, à Radio-Canada, outre l'éventail des téléromans habituels, deux émissions à mi-chemin entre le téléroman et le téléthéâtre étaient diffusées: *La Sagouine* et *Le Monde de Marcel Dubé*. Bien que présentées en reprises², ces deux émissions pouvaient, hypothétiquement, avoir un public bien différent des *Brillant* ou du *Clan Beaulieu* puisque les genres étaient dissemblables. L'hypothèse était donc alléchante.

Durant ces trois semaines de sondage, Radio-Canada diffuse dix téléromans³ (*Chez Denise*, *Boogie Woogie '47*, *Du tac au tac*, *Terre humaine*, *Race de monde*, *Le Temps d'une paix*, *Jamais deux sans toi*, *Le Monde de Marcel Dubé*, *Quelle famille* et *La Sagouine*) et TVA, trois⁴ (*Les Brillant*, *Marisol* et *Le Clan Beaulieu*). Deux des téléromans de Radio-Canada sont diffusés à la même heure que ceux de TVA. *Terre humaine*, exceptionnellement reporté à un mercredi, sera diffusé, le 22 octobre, en même temps que *Marisol*. *La Sagouine*, par contre, est régulièrement présenté au même moment que *Les Brillant*, le mercredi à 19 h 30. Cette concurrence dans l'horaire est déjà significative de la marginalité de *La Sagouine* comme téléroman, puisque *Les Brillant* est une des émissions les plus populaires du réseau TVA et que le

public potentiel de *La Sagouine* s'en trouve automatiquement rétréci⁵.

Quatre des treize téléromans à l'horaire sont des reprises : *Jamais deux sans toi*, *Le Monde de Marcel Dubé*, *Quelle famille* et *La Sagouine*. Ils auront, surtout pour cette raison, les quatre cotes d'écoute les plus faibles, d'autant plus qu'ils ne bénéficient plus, en tant que reprises, de places de choix dans l'horaire⁶.

Avant d'examiner la constitution du public des téléromans et pour bien situer les téléromans parmi l'ensemble des émissions de télévision, nous donnons, au tableau 1, le palmarès des quinze émissions les plus populaires des deux réseaux, Radio-Canada et TVA, pour la période étudiée. On y notera la prédominance générale du genre télévisuel qu'est le feuilleton, et la présence de sept téléromans.

TABLEAU 1

*Les quinze émissions les plus populaires des réseaux français
Radio-Canada et TVA, 20 octobre — 9 novembre 1980*

Rang	Titre de l'émission	Cote d'écoute	Réseau	Origine *	Genre
1.	Petite Maison dans la prairie	2 180 000	TVA	EU	feuilleton
2.	Chez Denise	2 148 000	RC	QC	feuilleton
3.	Les Brillant	2 040 000	TVA	QC	feuilleton
4.	Chips	1 663 000	TVA	EU	feuilleton
5.	Marisol	1 633 000	TVA	QC	feuilleton
6.	Les Grands Films	1 614 000	RC	EU/EU/EU	long métrage
7.	Le Clan Beaulieu	1 507 000	TVA	QC	feuilleton
8.	Michel Jasmin	1 462 000	TVA	QC	variétés
9.	La Soirée du hockey	1 406 000	RC	QC	sport
10.	Boogie Woogie '47	1 282 000	RC	QC	feuilleton
11.	Du tac au tac	1 196 000	RC	QC	feuilleton
12.	Mini-Séries	1 181 000	TVA	EU	feuilleton
13.	Série mondiale	1 115 000	RC	QC-EU	sport
14.	Terre humaine	1 110 000	RC	QC	feuilleton
15.	Hockey du jeudi soir	1 109 000	TVA	QC	sport

EU signifie États-Unis et QC signifie Québec.)

Soulignons, finalement, que ce n'est pas tant le nombre de téléspectateurs à l'écoute de chaque téléroman qui nous a intéressée, mais bien les variables internes de chaque public : l'âge, le sexe et l'occupation de cet ensemble anonyme que sont les « fidèles » des téléromans.

Le public des téléromans : des adultes de 18 à 34 ans et de 50 ans et plus

À partir des classifications établies par BBM, on peut reconstituer les six groupes d'âges suivants : 2-6 ans, 7-11 ans, 12-17 ans, 18-34 ans, 35-49 ans et 50 ans et plus. Lorsqu'on examine la moyenne indicative pour l'ensemble des téléromans, on constate que les adultes de 18 à 34 ans (32%) et ceux de plus de 50 ans (29%) forment les deux groupes les plus importants du public des téléromans. En mettant en parallèle cette moyenne avec la répartition réelle des groupes d'âges parmi la population du Québec⁷, les écarts sont relativisés puisque, sauf pour les personnes âgées de plus de 50 ans (supérieure) et les enfants de 2 à 6 ans (inférieure), les proportions sont, à 1 ou 2% près, respectées. C'est donc une population un peu plus âgée, en tout cas très proche de la « normale », qui écoute les téléromans (voir tableau 2).

Quelques variantes sont perceptibles au niveau de chaque téléroman, pris séparément. Ainsi, les enfants de 2 à 11 ans constituent le plus fort groupe d'âge de l'écoute de *Quelle famille* ; l'heure de diffusion, 17 heures, est, ici, certainement en cause. Les adolescents constituent, à l'évidence, un groupe toujours minoritaire, de même que les gens âgés de 35 à 49 ans (entre 4 et 23%). Les 18-34 ans, par contre, représentent près de 40% du public de *Race de monde* et du *Temps d'une paix*. C'est chez les plus de 50 ans que les écarts sont les plus évidents. Alors qu'il représentent un groupe à peu près toujours équivalent à celui des 18-34 ans, ils forment 54% du public de *La Sagouine* et 43% de celui du *Monde de Marcel Dubé*. On note, d'ailleurs, que plus de la moitié du public des émissions en reprise (à l'exception de *Quelle famille*) est âgée de plus de 35 ans. Est-ce l'envie de revoir une émission qui a déjà plu, est-ce parce que l'émission concurrente plaît moins, ou est-ce un goût pour les émissions à facture vieillotte ?

TABLEAU 2

Répartition en pourcentage du public (2 ans et plus) des téléromans diffusés à Radio-Canada et TVA, selon les principaux groupes d'âges, 20 octobre — 9 novembre 1980

Titre de l'émission	(%) Groupes d'âges						Cote d'écoute
	2-6	7-11	12-17	18-34	35-49	50 +	
<i>Chez Denise</i>	3	8	14	30	18	27	2 148 000
<i>Les Brillant</i>	4	13	14	28	15	26	2 040 000
<i>Marisol</i>	2	9	13	34	15	27	1 633 000
<i>Le Clan Beaulieu</i>	1	6	11	32	18	32	1 507 000
<i>Boogie Woogie '47</i>	3	10	12	33	16	26	1 282 000
<i>Du tac au tac</i>	3	10	11	35	16	25	2 296 000
<i>Terre humaine</i>	2	6	9	34	20	29	1 110 000
<i>Race de monde</i>	1	4	7	39	18	31	811 000
<i>Le Temps d'une paix</i>	-	2	7	37	21	33	770 000
<i>Jamais deux sans toi</i>	3	8	10	24	17	38	759 000
<i>Le Monde de Marcel Dubé</i>	-	2	5	30	20	43	635 000
<i>Quelle famille</i>	8	21	16	25	17	13	435 000
<i>La Sagouine</i>	-	1	4	18	23	54	348 000
MOYENNE							
(ensemble des téléromans)	3	8	11	32	17	29	1 129 000
Population du Québec	7	9	13	31	18	22	///

Une majorité de femmes à l'écoute

La variable sexe n'est définie par BBM que pour les téléspectateurs de 12 ans et plus.

C'est à ce niveau-ci, sans doute, que le public des téléromans est le plus caractérisé. En moyenne, on retrouve 60% de femmes à l'écoute de ce genre d'émission, pour 40% d'hommes. Or, comme dans la population réelle la proportion de femmes et d'hommes est presque égale (51% et 49%), nous avons là un indice significatif.

TABLEAU 3

Répartition en pourcentage du public (12 ans et plus) des téléromans diffusés à Radio-Canada et TVA, selon le sexe, 20 octobre — 9 novembre 1980

Titre de l'émission	Femmes (%)	Hommes (%)	Cote d'écoute
<i>Chez Denise</i>	58	42	1 905 000
<i>Les Brillant</i>	57	43	1 704 000
<i>Marisol</i>	63	37	1 453 000
<i>Le Clan Beaulieu</i>	64	36	1 397 000
<i>Boogie Woogie '47</i>	60	40	1 108 000
<i>Du tac au tac</i>	59	41	1 048 000
<i>Terre humaine</i>	59	41	1 024 000
<i>Race de monde</i>	59	41	769 000
<i>Le Temps d'une paix</i>	58	42	757 000
<i>Jamais deux sans toi</i>	60	40	676 000
<i>Le Monde de Marcel Dubé</i>	68	32	619 000
<i>La Sagouine</i>	49	51	343 000
<i>Quelle famille</i>	62	38	306 000
MOYENNE (ensemble des téléromans)	60	40	1 008 000
Population du Québec	51	49	///

Douze téléromans sur treize ont un pourcentage de téléspectatrices égal ou supérieur à 57%, ce pourcentage atteignant même les 68% dans le cas du *Monde de Marcel Dubé* (voir tableau 3). La seule exception est *La Sagouine* qui a été regardée, durant ces trois semaines, par un public constitué à 51% d'hommes. Deux explications sont plausibles, sans être vérifiables: ou bien la désaffection des femmes pour *La Sagouine* tient au genre particulier de l'émission, ou bien elle résulte du choix à faire entre *La Sagouine* et *Les Brillant* et ce serait cette deuxième émission qui en aurait profité.

On ne note aucune tendance particulière quant à une préférence marquée pour un type de téléroman plutôt que pour un autre. Des six téléromans dont les femmes constituent

60% ou plus du public, trois sont des feuilletons à continuité du genre étude de mœurs, et trois sont des feuilletons à épisodes distincts et à contenu plus léger.

Plus de jeunes femmes que de jeunes hommes

Lorsque l'on croise les variables d'âge et de sexe chez les 12 ans et plus, et que l'on compare hommes et femmes en fonction de leurs groupes d'âge, on se rend compte que, pour les deux sexes, le groupe le plus important est celui qui est âgé de plus de 35 ans. Chez les femmes, cependant, la marge est très étroite. On note, en outre, de façon générale, que les proportions de 12-34 ans à l'écoute des téléromans sont plus élevées chez les femmes que chez les hommes. C'est le cas pour dix des treize téléromans diffusés. À l'inverse, les téléspectateurs masculins sont davantage constitués d'hommes âgés de 35 ans et plus que les femmes, pour le même groupe d'âge (voir tableau 4).

TABLEAU 4

Répartition en pourcentage du public (12 ans et plus) des téléromans diffusés à Radio-Canada et TVA, selon le sexe et par groupes d'âges, 20 octobre — 9 novembre 1980

Titre de l'émission	Femmes		Cote d'écoute	Hommes		Cote d'écoute
	12-34	35 +		12-34	35 +	
<i>Chez Denise</i>	51%	49%	1 101 000	47%	53%	804 000
<i>Les Brillant</i>	52	48	964 000	51	49	740 000
<i>Marisol</i>	55	45	913 000	50	50	540 000
<i>Le Clan Beaulieu</i>	49	51	888 000	43	57	509 000
<i>Boogie Woogie '47</i>	53	47	662 000	49	51	446 000
<i>Du tac au tac</i>	56	44	622 000	51	49	426 000
<i>Terre humaine</i>	48	52	603 000	45	55	421 000
<i>Race de monde</i>	50	50	451 000	47	53	318 000
<i>Le Temps d'une paix</i>	47	53	441 000	42	58	316 000
<i>Jamais deux sans toi</i>	34	66	405 000	46	54	271 000
<i>Le Monde de Marcel Dubé</i>	36	64	419 000	36	64	200 000
<i>Quelle famille</i>	65	35	191 000	47	53	115 000
<i>La Sagouine</i>	19	81	169 000	24	76	174 000
MOYENNE (ensemble des téléromans)	49	51	602 000	46	54	406 000
Population du Québec	52	48	///	54	46	///

Le phénomène est d'autant plus intéressant que l'on trouve, dans la population québécoise, une proportion de femmes âgées de 12 à 34 ans inférieure à celle des hommes.

Un fait, déjà décelable au tableau 2, se confirme ici : moins la cote d'écoute est forte, plus ce sont des personnes de 35 ans et plus, hommes et femmes, qui composent le public de ces téléromans ; les plus jeunes, en général, forment la majorité du public des téléromans les plus populaires.

Des cols bleus et des ménagères

Le questionnaire de BBM est bâti en fonction des intérêts des publicitaires. Cela explique, vraisemblablement, les catégorisations très approximatives qui sont faites de l'occupation des téléspectateurs / trices.

Les renseignements sur l'occupation sont fournis de façon différente pour les hommes et pour les femmes. Aux hommes de 18 ans et plus, on demande qu'ils s'inscrivent sous l'une des quatre rubriques dont nous reproduisons ici les définitions :

1. Gérants-professionnels : propriétaire de son entreprise, professionnel, administrateur, cadre d'entreprise.
2. Cols blancs : employé de bureau, vendeur, etc.
3. Cols bleus : contremaître, ouvrier spécialisé, artisan et autre ouvrier (ouvrier des services, camionneur, etc.).
4. Fermiers : cultivateur, ouvrier agricole, pêcheur.

Et BBM ajoute que « l'occupation réfère à l'occupation habituelle des répondants, aussi bien pour les hommes que pour les femmes. Les personnes sans travail sont classées [...] selon leur occupation habituelle⁸ ».

Ces renseignements, même minimaux, pourraient déjà fournir des indices intéressants. Malheureusement, le taux de non-réponse à ces questions est très élevé, puisqu'il dépasse les 31%. À titre indicatif, tout de même, on remarque que, pour la majorité des émissions étudiées, les « cols bleus » forment le groupe principal des répondants ; leur proportion varie de 37% (*Jamais deux sans toi*) à 69% (*Marisol*), avec une moyenne générale de 57%. Ils sont suivis d'assez loin par les « gérants-professionnels » qui constituent, en moyenne, 25%

des téléspectateurs répondants. Représentant 13 et 5% respectivement, les « cols blancs » et les « fermiers » arrivent en fin de liste. Une seule exception à ce schéma très stable : l'émission *Quelle famille* serait suivie par autant de professionnels que de cols bleus... que de non-répondants ! Sans doute est-ce là le fait d'un échantillonnage trop réduit.

Quant il s'agit de l'occupation des femmes, BBM prend des raccourcis que les féministes trouveront odieux. Les répondantes ont une alternative :

1. Femmes au travail : travaillent pour un salaire ou à leur compte plus de 20 heures par semaine.
2. Ménagères : âgées de 18 ans et plus, sans autre salaire⁹.

Ici encore, le taux de non-réponse, bien que moins fort que pour les hommes, demeure élevé : il se situe, en moyenne, à 25%. C'est donc toujours à titre indicatif que nous soulignons qu'en général 40% des répondantes sont des « femmes au travail », pour 60% de « ménagères ». Ce taux varie d'à peine 2 à 3% pour chaque téléroman.

Il est impossible, ici, de faire des comparaisons avec la population réelle, étant donné les catégories d'emplois proposées. On note, cependant, que le pourcentage de femmes au travail (40%) est sensiblement celui que l'on retrouvait, en 1980, dans la société québécoise.

Vue d'ensemble

Nous avons détaillé les constituantes du public des téléromans. Il s'agit d'une analyse interne, qui demeure dans les limites d'une population particulière : celle qui est intéressée par ce genre d'émission. Avant de conclure, il nous semble primordial d'examiner la place de cette population parmi la population en général : ceux qui écoutent et ceux qui n'écoutent pas les téléromans.

Nos données ne pourront être qu'approximatives puisque notre population de base sera celle du Québec¹⁰ et que, comme nous l'avons déjà mentionné, certains téléromans ont des téléspectateurs qui vivent hors du Québec ; par ailleurs, la population anglophone du Québec risque d'être peu concernée par les téléromans francophones. Que les démographes

nous pardonnent, mais au strict plan des chiffres, ne peut-on effectuer là un interchangement de minorité ?

À titre purement indicatif, donc, nous avons réinséré le public des téléromans¹¹ parmi la population générale, pour constater qu'ils représentaient, à l'automne 1980, 18% de la population de 2 ans et plus. Leurs proportions parmi les groupes d'âges de la population québécoise sont les suivantes :

2-6 ans :	6%
7-11 ans :	17%
12-17 ans :	16%
18-34 ans :	19%
34-49 ans :	18%
50 ans + :	24%

Par ailleurs, parmi la population de 12 ans et plus, 23% des femmes suivent les téléromans, pour 16% seulement des hommes. En isolant la population de 12 ans et plus par sexe, il apparaît que 21% des femmes de 12 à 34 ans et 24% de celles de plus de 35 ans s'intéressent aux téléromans contre, respectivement, 13 et 18% des hommes pour les mêmes groupes d'âges.

Ces informations supplémentaires, en plus de relativiser l'importance du public des téléromans, confirment les tendances que nous avons déjà notées.

Conclusion

En bref, il ressort de cette analyse quatre éléments importants.

1. Le public de 2 ans et plus qui a suivi les téléromans diffusés entre le 20 octobre et le 9 novembre 1980 est formé d'une majorité d'adultes de 18 à 34 ans ou de 50 ans et plus. Les enfants de moins de 11 ans constituent un groupe presque trois fois moindre (11%), égal à celui des adolescents de 12 à 17 ans. Les adultes de 35 à 49 ans sont représentés à 17%. Ces proportions correspondent relativement bien à celles des groupes d'âges que l'on retrouve dans la population québécoise, à

l'exception des enfants de 2 à 6 ans qui sont sous-représentés¹², et des plus de 50 ans qui, au contraire, sont plus nombreux que la répartition « normale ».

2. Le public des téléromans est majoritairement composé de femmes. Celles-ci, chez les 12 ans et plus, sont une fois et demie plus nombreuses que les hommes.
3. Parmi les 12 ans et plus, pour les hommes comme pour les femmes, ce sont les plus de 35 ans qui forment le groupe dominant. Par contre, la proportion de jeunes femmes (12-34 ans) à l'écoute est supérieure à celle des hommes du même âge, malgré le fait que, dans la société, ce groupe d'âge soit plus fort chez les hommes que chez les femmes.
4. Plus de la moitié des téléspectateurs masculins sont, professionnellement, des « cols bleus »; chez les téléspectatrices, le pourcentage de femmes qui travaillent (40%) est le même que celui que l'on connaît actuellement au Québec, à quelques pourcentages près.

On pourrait donc, très grossièrement, présenter ainsi le portrait-type du téléspectateur moyen à l'écoute de téléromans : adulte, femme, plus de 35 ans et sans travail. Ce sont là les points saillants d'une série de médianes et il reste intéressant d'examiner les écarts perceptibles au niveau de certaines émissions, prises individuellement.

Le Monde de Marcel Dubé et *La Sagouine* ont bien eu, comme nous le supposions, des publics différents d'autres téléromans. Nous n'avons pas en main tous les éléments qui pourraient expliquer cet état de fait. Nous ne pouvons que constater la récurrence de leur marginalité. Ce sont les deux seuls téléromans dont le public soit constitué, en aussi grande proportion, par des gens de plus de 50 ans : *Le Monde de Marcel Dubé*, 43% et *La Sagouine*, 54%. La variable sexe aussi y est différente des autres émissions, mais de façon contradictoire : *Le Monde de Marcel Dubé* a le public qui comprend le plus fort groupe de femmes de 12 ans et plus (68%), et *La Sagouine*, celui qui comprend le plus fort groupe d'hommes de 12 ans et plus (51%). Finalement, 64% des hommes et des femmes de 12 ans et plus qui suivent *Le Monde de Marcel Dubé* ont plus de 35 ans, et 81% des femmes et 76% des

hommes de 12 ans et plus qui écoutent *La Sagouine* ont plus de 35 ans. Encore là, il s'agit d'une population plus âgée que celle des autres téléromans.

Le fait que ce soit des reprises¹³, leur place dans l'horaire, le genre plus « littéraire » de ces téléromans sont autant d'hypothèses plausibles qui justifieraient le phénomène.

Les autres téléromans, parfois, présentent un public aux caractéristiques particulières. *Quelle famille*, à cause de son heure de diffusion, attire presque autant d'enfants et d'adolescents (45%) que d'adultes. Des émissions dont le genre s'apparente au burlesque (*Chez Denise* ou *Les Brillant*) ou qui mettent en scène des adolescents (*Boogie Woogie '47*) ont un public constitué de moins de 17 ans, à 25%. Ce sont cependant des exceptions. Il est intéressant de constater qu'en règle générale le public des téléromans, plus ou moins important selon les émissions, présente, malgré tout, des caractéristiques communes d'un téléroman à l'autre, quel que soit le réseau de télévision qui le diffuse.

On pourrait croire que ces caractéristiques sont celles, somme toute, d'un public de soirée et que, quelle que soit l'émission diffusée, on lui trouvera toujours les mêmes téléspectateurs/trices. Des compilations similaires à celles que nous avons faites pour les téléromans, appliquées à d'autres émissions populaires, nous prouvent que non.

Ainsi, les émissions sportives sont véritablement suivies par une majorité d'hommes : *La Soirée du hockey* 61%, *La Série mondiale* (de baseball) 57% et *Le Hockey du jeudi soir* 57%. On retrouve ici, totalement inversées, les proportions d'hommes et de femmes qui écoutent les téléromans. Est-ce là une nouvelle preuve que le sport est la chasse-gardée des hommes ? Des émissions comme *Les Grands Films* (46% d'hommes et 54% de femmes) ou *Chips* (mêmes pourcentages) auront, par contre, des représentations d'hommes et de femmes beaucoup plus équilibrées et proches de la réalité sociale. 60% du public de *La Petite Maison dans la prairie* a moins de 34 ans, et près de la moitié de ces derniers n'ont pas encore atteint l'âge adulte. À peine 9% du public de *Michel Jasmin* a moins de 17 ans. Et ainsi de suite. À chaque émission son public.

Du 20 octobre au 9 novembre 1980, la cote d'écoute moyenne des treize téléromans étudiés fut de 1 129 000 téléspectateurs/trices. Cela représente environ 18% de la population totale, fidèlement à l'écoute de ce genre de programme. Évidemment, certains téléromans dont les cotes exceptionnelles dépasseront les 2 000 000 rejoindront plus de 35% de la population. 35% et même 18% sont des performances que seule la télévision rend possibles. Nous avons là un phénomène de consommation à la fois caractéristique et particulier. Après avoir déblayé une infime partie de ce phénomène, nous restons avec plus de questions que de réponses. Quelles sont les motivations profondes qui font que près de deux Québécois sur cinq apprécieront, semaine après semaine, une fiction livrée au compte-goutte? Quelle est la nature du rapport entre personnages fictifs et téléspectateurs? Encore, pourquoi plus de femmes, pourquoi un public plus âgé? Inversement, pourquoi ceux qui n'écoutent pas les téléromans préfèrent-ils ne pas s'y intéresser?

Les avenues de recherche en ce domaine nous semblent infinies.

*Institut québécois de recherche
sur la culture, Québec*

Notes

- ¹ Voir à ce sujet: Jean-Paul Lafrance, *La Télévision un média en crise*, Montréal, Québec-Amérique, 1982 (chapitre 2: « Les instruments de mesure de l'auditoire », pp. 41-94).
- ² Dans les deux cas, il s'agit d'une troisième diffusion. Il est certain, alors, que le premier public intéressé peut ne plus être à l'écoute s'il connaît déjà le contenu des émissions.
- ³ *Chez Denise*, de Denise Filiatrault; feuilleton à épisodes distincts (comédie), dimanche 19 h-19 h 30, diffusé par les 20 stations du réseau.
Boogie Woogie '47, de Claude Jasmin; feuilleton à épisodes distincts (comédie), jeudi 19 h 30-20 h, diffusé par les 20 stations du réseau.
Du tac au tac, d'André Dubois; feuilleton à épisodes distincts (comédie), lundi 20 h-20 h 30, diffusé par les 20 stations du réseau.
Terre humaine, de Mia Riddez; feuilleton à continuité (étude de mœurs), exceptionnellement diffusé le mercredi 20 h-20 h 30 (horaire habituel: mardi) et annulé deux semaines sur trois à cause du discours du budget et d'un match de hockey; diffusé par les 20 stations du réseau.

Race de monde, de Victor-Lévy Beaulieu ; feuilleton à continuité (étude de mœurs), exceptionnellement diffusé le mercredi 20 h 30-21 h (horaire habituel : mardi) et annulé deux semaines sur trois pour les mêmes raisons que *Terre humaine* ; diffusé par les 20 stations du réseau.

Le Temps d'une paix, de Pierre Gauvreau ; feuilleton à continuité (étude de mœurs), mercredi 20 h 30-21 h, diffusé par les 20 stations du réseau. C'est un nouveau téléroman et le premier épisode est diffusé durant la 2^e semaine de sondage.

Jamais deux sans toi (reprise), de Guy Fournier ; feuilleton à épisodes distincts (comédie), jeudi 19 h-19 h 30, diffusé par 12 stations du réseau.

Le Monde de Marcel Dubé (reprise), de Marcel Dubé ; feuilleton à continuité en séries de quatre épisodes (étude de mœurs), vendredi 20 h-20 h 30, diffusé par les 20 stations du réseau.

Quelle famille (reprise), de Janette Bertrand et Jean Lajeunesse ; feuilleton à épisodes distincts (comédie), lundi 17 h-17 h 30, diffusé par 19 stations du réseau.

La Sagouine (reprise), d'Antonine Maillet ; feuilleton à épisodes distincts (adaptation d'une série radiophonique), mercredi 19 h 30-20 h, diffusé par 14 stations du réseau.

- ⁴ *Les Brillant*, de Marcel Gamache ; feuilleton à épisodes distincts (comédie), mercredi 19 h 30-20 h, diffusé par les 8 stations du réseau.

Marisol, de Micheline Bélanger ; feuilleton à continuité (étude de mœurs), mercredi 20 h-20 h 30, diffusé par les 8 stations du réseau.

Le Clan Beaulieu, de Marcel Marin ; feuilleton à continuité (étude de mœurs), mardi 19 h 30-20 h, diffusé par les 8 stations du réseau.

- ⁵ Si les stratégies de programmations des réseaux, en 1980, ne mettaient pas en concurrence réelle deux téléromans « rivaux », il faut admettre, par contre, que les heures de pointe sont tout de même celles où les réseaux se disputent le public. Aussi est-ce le moment de la soirée où chaque réseau diffuse ses émissions susceptibles d'être le plus populaires (feuilletons américains, longs métrages, sport, etc.).

- ⁶ Les meilleures places de l'horaire sont celles où le public est à son maximum de disponibilité : de 19 à 21 heures, du lundi au mercredi.

- ⁷ Bien que l'échantillonnage de BBM se fasse parmi l'ensemble de la population canadienne et que les émissions francophones, dans le cas de Radio-Canada surtout, aient une audience hors Québec, on peut, à titre indicatif, faire certaines comparaisons avec la population québécoise. En effet, on estime généralement que les cotes d'écoute de Radio-Canada proviennent du Québec dans une proportion de plus des 5/6. De plus, les variables définissant la population québécoise diffèrent peu des variables de la population francophone canadienne.

Nos chiffres concernant la population du Québec proviennent du Bureau de la Statistique du Québec (Direction des statistiques sociales et de l'analyse socio-démographique ; service de l'analyse et de la précision démographique).

- ⁸ BBM, *Comment interpréter les rapports BBM Télévision*, Toronto, septembre 1977, p. 8.

- ⁹ *Loc. cit.*

-
- ¹⁰ Sources : *Statistiques Canada*, estimations du 1^{er} juin 1980 et *Bureau de la statistique du Québec*, *op. cit.*
- ¹¹ Il s'agit de la moyenne obtenue à partir de l'écoute des treize téléromans étudiés.
- ¹² Ce qui est normal, étant donné l'heure de diffusion et la relative complexité du contenu pour un enfant de moins de 7 ans.
- ¹³ On notera que le troisième téléroman en reprise, diffusé en soirée, *Jamais deux sans toi*, tend également, même si ça n'est pas aussi probant, à se marginaliser des autres téléromans.