

Théâtre et médias

Michel Vaïs

Number 84 (3), September 1997

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/25458ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Cahiers de théâtre Jeu inc.

ISSN

0382-0335 (print)

1923-2578 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Vaïs, M. (1997). Théâtre et médias. *Jeu*, (84), 34–48.

Les Entrées libres de *Jeu* Théâtre et médias

Le 4 juin 1997, au Café des artistes du Monument-National et en collaboration avec le Festival de théâtre des Amériques, a eu lieu une discussion publique sur le rôle que jouent les médias dans l'activité théâtrale. La table ronde réunissait quatre journalistes, un artiste et une spectatrice¹. On s'est alors demandé si, entre la promotion, l'information et la critique, et compte tenu des changements récents survenus dans plusieurs organes de presse, le public et les artistes trouvaient leur compte dans la visibilité médiatique du théâtre, particulièrement à Montréal.

Présentations

Dans un premier temps, les quatre invités œuvrant dans des médias précisent leur approche et la nature de leur travail en rapport avec la « couverture » théâtrale à *Voir*, à *La Presse*, au *Devoir* et à CIBL-FM. Chef de pupitre à *Voir*, Luc Boulanger note qu'il a reçu une formation de journaliste : un baccalauréat en communications. Il est donc à la fois journaliste et critique (« certaines semaines, plus l'un que l'autre... »). Il fait des entrevues avec des artistes, planifie des numéros avec des collègues, supervise une section du magazine et voit naturellement les pièces à l'affiche pour en publier des comptes rendus critiques. Il a commencé à travailler à l'hebdomadaire *Voir* comme pigiste et, aujourd'hui, il y est à plein temps, avec le statut de salarié.

Pour sa part, Hervé Guay est à la pige au *Devoir*, où, avec Solange Lévesque, il a succédé à Robert Lévesque et à Gilbert David. Sur un plan personnel, en tant que pigiste, Guay précise qu'il se contente d'un statut précaire, même si, comme critique, il a à répondre de ce qu'il écrit. La deuxième raison de sa présence à cette discussion tient au fait qu'il est vice-président de l'Association québécoise des critiques de théâtre, mais il prévient qu'il s'exprime ici à titre personnel.

Guay n'étant pas responsable de la section culturelle au *Devoir*, comment se partagent les responsabilités entre lui et son patron quant aux pièces à couvrir ? Il affirme que la réflexion se fait à deux, mais que c'est le responsable qui a le dernier mot, donc qui décide si une pièce sera traitée et s'il y a de la place pour tel ou tel spectacle.

1. Coordonnée et animée par Michel Vaïs, la table ronde a réuni les participants suivants, que nous remercions vivement : Luc Boulanger, chef de section, théâtre, danse et arts visuels, Magazine *Voir*, Marie Chalouh, spectatrice, Alain de Repentigny, adjoint au directeur de l'information et responsable des pages culturelles, *La Presse*, Alain Fournier, président du Conseil québécois du théâtre (CQT), Hervé Guay, critique au *Devoir* et vice-président de l'Association québécoise des critiques de théâtre (AQCT) et Bertrand Roux, directeur du poste de radio CIBL-FM.

Journaliste depuis une vingtaine d'années, Alain de Repentigny, avant d'être adjoint au directeur de l'information et responsable des pages culturelles à *La Presse*, occupait un poste de cadre syndiqué, étant un des deux chefs de section aux Arts et spectacles. Il est actuellement le patron de ces deux personnes et il décide avec elles, et

avec les journalistes de chacune des sections, du type de couverture, en fonction de l'espace et des énergies disponibles. Mais en théâtre, note-t-il, « on en couvre assez large ».

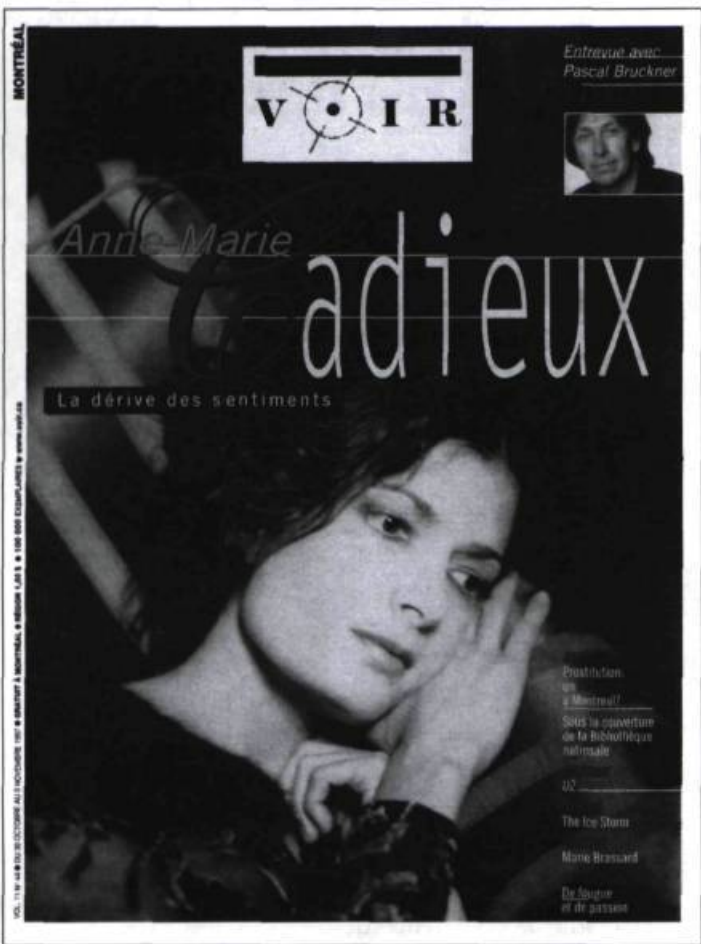
À CIBL-FM, Bertrand Roux assure la direction générale, ce qui l'amène à mettre en place des mécanismes permettant à la station et à ses artisans de réaliser les émissions et la couverture d'événements spéciaux. Qualifiant CIBL de radio, sinon essentiellement culturelle, du moins « très culturelle » et très proche de la jeunesse et des nouveaux mouvements, il dit que la station se considère comme une plate-forme œuvrant à l'émergence de nouvelles cultures. Or, le théâtre se situe souvent à l'avant-garde de ces mouvements. Voilà pourquoi CIBL réserve une place de choix, voire une place stratégique au théâtre dans sa programmation.

La « simple spectatrice » Marie Chalouh – linguiste, traductrice et réviseuse – s'est présentée comme une amatrice de théâtre qui consomme une douzaine de pièces par année, peut-être une vingtaine les années de Festival de théâtre des Amériques. Pour orienter ses choix, elle affirme avoir vraiment besoin de la critique. Elle n'est pas de ceux qui disent qu'ils se font leur propre opinion, qui vaut bien celle des critiques.

Pour représenter le milieu théâtral, le CQT avait délégué son président, Alain Fournier. Rappelons

que le Conseil, par le biais d'un comité des politiques médiatiques, avait déjà organisé à deux reprises des journées de discussion sur « Théâtre et médias », une fois sur la presse écrite et une autre fois sur la presse électronique². Fournier note que le monde du théâtre s'efforce actuellement, par voie de sondage, d'établir un diagnostic de mise en marché. Les compagnies de théâtre, peu importe leur ampleur, ont besoin d'un portrait des énergies qu'elles consacrent à rejoindre le public. Entre les abonnements, la constitution de réseaux de spectateurs (comme les syndicats, par

2. Voir notamment mon article « Le CQT se renouvelle » dans *Jeu* 47, 1988.2, p. 9-13. C'est à la suite de ces initiatives que le CQT a pu publier, avec le soutien de partenaires comme Bell et *La Presse*, le fascicule *Théâtre à l'affiche*, distribué gratuitement dans tous les théâtres. Faute de soutien des entreprises ou de l'État, la publication a cessé de paraître après quelques saisons.



dans une grande page intitulée Agenda culturel, à côté des galeries, des musées, des maisons de la culture et des cinémas, elle ne voit pas « l'ombre d'un soupçon de théâtre ».

L'information purement technique est donc une première donnée essentielle, pas toujours présente à son avis. Mais, selon Marie Chalouh, la critique fait aussi partie de l'information. C'est du moins cela qu'elle y cherche, plutôt que l'humeur du signataire. Une critique bien faite peut éclairer ses propres jugements, la guider dans ses choix. Elle comprend mieux, parfois, certains aspects d'un spectacle qu'elle a aimé, lorsqu'une critique attire son attention sur des questions techniques, comme l'éclairage. Si l'entretien et l'analyse sont également importants lorsqu'on aime le théâtre, elle les situe après, dans le prolongement du spectacle. Elle trouve extrêmement frustrant de lire un entretien avant d'aller voir une pièce, car cela n'est pas « informatif » mais promotionnel.

Publicité versus journalisme

Cela amène Luc Boulanger à distinguer entre le journalisme culturel et le *marketing*. Il estime que les pressions se font de plus en plus fortes sur les médias par les théâtres, qui sont d'abord des compagnies intéressées à remplir leur salle : « Nous sommes victimes d'ententes de promotion, de commandites, de contrats d'exclusivité liant des compagnies à certains médias. » Il trouve que cela met des bâtons dans les roues et nuit au journalisme culturel. Le directeur des communications d'une grosse compagnie de théâtre qu'il ne nommera pas lui a déjà dit en conférence de presse que, de plus en plus, « la publicité et le contenu, c'est la même chose ». C'est, à son avis, un manque de respect pour le métier de journaliste culturel. Cela dit, il admet que la situation du milieu devient toujours plus précaire, avec des coupures de subventions qui poussent les gens de théâtre à rechercher plus que jamais une visibilité pour remplir leurs salles.

Luc Boulanger comprend de cette attitude que, selon les gens de théâtre, la couverture médiatique dans un journal dépend directement de l'achat publicitaire. « J'achète une pub et tu parles de mon spectacle. » Cela s'oppose à une donnée de base du journalisme, qui est l'indépendance rédactionnelle. Personnellement, il ne veut pas savoir si une telle compagnie annonce ou non dans son journal, si elle a déjà placé une annonce ou si elle compte en placer une. « Le directeur du théâtre peut penser ce qu'il veut, clame-t-il, mais qu'il ne me le dise pas ! » Il trouve très grave qu'un directeur puisse penser pouvoir influencer les décisions d'un journaliste.

Alain de Repentigny note que ce comportement n'est pas particulier au théâtre, mais qu'il appartient, hélas ! à tous les secteurs culturels. À *La Presse*, les décisions se prennent indépendamment des placements publicitaires. Luc Boulanger relève pourtant que ce journal détient des exclusivités avec certaines compagnies de théâtre. De Repentigny nie que cela soit systématique. Mais il peut arriver que le responsable d'un théâtre appelle *La Presse* pour obtenir la une du cahier du samedi (tous veulent l'avoir, bien sûr). Impossible de satisfaire tout le monde, d'autant que la saison est ainsi faite que, certaines semaines, on voit jusqu'à cinq premières à l'affiche. Sans compter que ce cahier traite aussi d'autre chose que de théâtre. « On nous fait donc des propositions, et si nous trouvons qu'effectivement une pièce est intéressante nous

pouvons demander une entrevue exclusive avec le metteur en scène, ou avec l'un ou l'autre des protagonistes de la pièce, et ce avant les autres médias. »

Boulanger regrette qu'en fin de compte, si ce jeu de *marketing* et de commandite se développe, ce sont les lecteurs qui seront pénalisés, car l'information sera « trafiquée ».

Alain de Repentigny tient à rappeler que ce qu'on appelle ici commandite a un autre sens : des journaux comme *Voir*, *La Presse* ou d'autres deviennent des *sponsors* d'événements culturels, et jamais, en tout cas dans son journal, cela n'influe sur les choix journalistiques.

Revenant sur les proportions idéales de la couverture médiatique, Hervé Guay estime que l'entretien ou « pré-papier » et la critique sont deux voix qui se répondent. La critique n'a sa place que si les artistes ont aussi le droit de parler de leur démarche et de leurs conditions de travail. Il ne verrait pas un journal publier des critiques sans donner aux artistes la possibilité de faire valoir leur point de vue. Il pense que l'on devrait tendre vers un traitement à part égale entre la critique et les explications sur le spectacle. Et cela est surtout vrai pour les artistes arrivés à maturité, qui ont davantage de choses à nous dire. Un spectacle, ce n'est pas seulement un résultat, c'est ce que l'on a essayé de faire, ce dont on avait envie, etc. Par exemple, le créateur parle plus que le critique de la thématique qui a motivé le spectacle. Il est des fois où la démarche compte dans le résultat, et cela, comme critique, Guay s'y intéresse moins ou ne prend pas le temps d'en parler.

Les « pré-papiers », généralement basés sur une entrevue, ne sont-ils pas toujours publiés, dans les journaux, avant la critique ? Pourtant, notre « spectatrice » les préférerait après. N'est-ce pas paradoxal ? C'est que Marie Chalouh trouve les entretiens souvent assez superficiels. Ils ressemblent plus à une opération de *marketing*. Le metteur en scène ou les acteurs ont seulement le temps de mentionner leur spectacle, que ce soit dans le journal ou à la radio. Cela ne va jamais en profondeur comme dans une revue consacrée au théâtre, dit-elle.

Hervé Guay réplique qu'il n'en tient qu'aux lecteurs d'exiger davantage des journalistes qu'ils lisent. Il faut écrire aux journaux, c'est la seule façon d'obtenir quelque chose !

Selon Alain Fournier, le CQT est préoccupé par l'inégalité de l'information donnée par les médias. Cela a été signalé par plusieurs compagnies, qui regrettent l'absence d'un service public minimal et facile d'accès, donnant l'information de base sur les pièces à l'affiche. Car mis à part les compagnies qui achètent de plus en plus de publicité, il y en a beaucoup d'autres – peut-être les trois quarts –, sans but lucratif, qui sont soutenues par les taxes de tout le monde, et qui se voient forcées de consacrer une part importante de leur budget à des placements médias. La plupart n'y arrivent pas sans gruger sur la production. C'est un cercle vicieux. Seules les compagnies devenues pour ainsi dire des institutions d'État rejoignent une clientèle suffisamment large pour justifier ce genre de publicité.

En ce qui concerne la proportion des entretiens, Fournier note que la liberté appartient bien sûr au journal mais, comme l'a souligné Hervé Guay, il trouve important de situer un spectacle dans une démarche, donc d'identifier la proposition qui, réussie ou non, se trouvait à l'origine du projet. Par ailleurs, comme le dossier de presse constitue la seule trace du spectacle, Fournier ajoute que ce qu'écrivent les journalistes a un impact énorme sur la suite de la vie de la compagnie. Et c'est particulièrement le cas pour les jeunes compagnies. Il peut comprendre l'intérêt que peut susciter un entretien réalisé *a posteriori*, dans le prolongement du spectacle. Il explique par ailleurs que, lorsque le journaliste rencontre l'artiste avant d'avoir vu sa pièce, il est difficile d'échapper à une certaine banalité.

Comment choisir ?

Luc Boulanger intervient pour dire que ce qui détermine ses choix – par exemple, s'il doit choisir trois pièces sur quinze qui sont à l'affiche –, ce ne sera pas de penser à la pauvre compagnie qui a besoin d'un article pour sa demande de subvention au Conseil des Arts : « On est loin du droit du public à l'information ! » Son critère est de se demander quelle pièce est la plus intéressante à voir pour ses lecteurs.

Comment donc se fait le choix des pièces à couvrir et de celles qui resteront dans l'ombre ? Boulanger évoque, outre ses lecteurs, d'autres types de contraintes. Il faut tenir compte des autres sections du magazine – musique, littérature, cinéma –, des festivals, de l'actualité toujours changeante. Dans quelle mesure est-on aussi influencé par les interventions promotionnelles des compagnies qui se font, parfois, longtemps avant la première du spectacle ? Il répond qu'il faut être assez perspicace et que l'expérience de certains collègues, en réunion de rédaction, aide à faire les bons choix.

Bertrand Roux souligne que la plupart des médias ont une « marque de commerce » qui leur appartient en propre. Voir, comme CIBL-FM, a un ton, un registre particulier. Ils peuvent donc cibler « une certaine partie de cette culture » pour la mettre en évidence, sans pour autant laisser tomber les autres. Si une promotion d'un théâtre s'adresse à un média, Roux ne peut qu'espérer que « le choix soit pertinent ». Ainsi, il prévient que si la Compagnie Jean-Duceppe voulait faire une grosse promotion à CIBL-FM, cela risquerait de poser un problème. Par contre, la station a signé une entente avec le spectacle *Œstrus*, qui « passe beaucoup mieux ». Il faut considérer à la fois le caractère de l'auditoire de la station, et celui des artisans qui y travaillent.

Plus précisément, en quoi consiste le champ de l'activité théâtrale qui intéresse plus particulièrement CIBL-FM et ses auditeurs ? Le directeur général de la station dit être un patron aux oreilles sensibles ;



il écoute ses reporters qui sont sur le terrain. Il a déjà eu des critiques qui se situaient systématiquement en dehors du champ d'intérêt des auditeurs, en oubliant totalement la jeunesse (ce que l'on appelle à CIBL-FM la « continuité »). Il a fallu les remplacer.

Comment cela se passe-t-il au *Devoir* ? En principe, dit Hervé Guay, son journal « couvre tout » : « Nous allons voir les spectacles que nous ne connaissons pas et nous décidons après s'ils feront l'objet d'un article ou non. » Le simple fait de couvrir une pièce signifie que, selon *Le Devoir*, elle vaut la peine d'être critiquée. Cela ne veut pas dire, cependant, que le spectacle couvert recevra une critique favorable ou condescendante. Mais si un spectacle n'est pas encore prêt, surtout s'il est présenté par une jeune troupe, rien ne sert de s'acharner. On le passe carrément sous silence.

Et à *La Presse*, est-il possible d'identifier, comme à CIBL-FM, un secteur privilégié de l'activité théâtrale ? Le responsable des pages culturelles répète que l'on y « ratisse très large ». Avec ses trois cent mille exemplaires vendus le samedi, qui rejoignent près d'un million de lecteurs, ce quotidien s'adresse à plusieurs publics à la fois. Ainsi, on y publie une critique de presque toutes les pièces à l'affiche. C'est une priorité. Cependant, il ne peut évidemment y avoir aussi un pré-papier sur toutes ces pièces. Mais on trouve également dans le journal une information sous forme d'horaire, de chroniques, etc. À *La Presse*, il n'est pas question de passer sous silence une pièce parce que la critique serait défavorable. « Ce serait manquer de responsabilité envers nos lecteurs », estime de Repentigny. Et si un spectacle n'est pas encore prêt, dit-il, alors qu'on ne le joue pas. Il faut respecter le public payant qui est là, même si la compagnie estime ne pas être encore prête à jouer convenablement. Hervé Guay réagit : il ne passe sous silence qu'un spectacle vraiment très faible, d'une toute jeune compagnie ; et puis, il trouve que le fait de demander de l'argent n'est pas si important que cela. Les gens vont s'ennuyer au hockey ou au baseball pour le même prix, et ils ne demandent pas à être remboursés.

Tout en visant pour ainsi dire l'exhaustivité, *La Presse* doit cependant se contenter d'un seul critique officiel, avec des pigistes qui peuvent l'aider à l'occasion. Là où cela pose un problème, reconnaît de Repentigny, c'est quand plusieurs premières ont lieu en même temps, ce qui arrive quelques fois par an. Ce n'est pas nécessairement le cas dans les autres domaines d'activité artistique. Toutes proportions gardées, il estime que c'est en théâtre que *La Presse* en couvre le plus – et de loin – par rapport à ce qui est offert au public.

Théâtre

Une vraie comtesse dans un rôle de fausse savante

Louise Deschâtélens retourne au théâtre après une absence de onze ans

Après onze ans d'absence, Louise Deschâtélens retourne au théâtre. Elle a écrit un roman, *Le monde est un théâtre*, qui sera publié en septembre. Elle a aussi écrit un scénario, *Le monde est un théâtre*, qui sera tourné en film. Elle a aussi écrit un scénario, *Le monde est un théâtre*, qui sera tourné en film. Elle a aussi écrit un scénario, *Le monde est un théâtre*, qui sera tourné en film.



Une vraie comtesse, plus belle en théâtre, Louise Deschâtélens, dans *Le monde est un théâtre*.

Après onze ans d'absence, Louise Deschâtélens retourne au théâtre. Elle a écrit un roman, *Le monde est un théâtre*, qui sera publié en septembre. Elle a aussi écrit un scénario, *Le monde est un théâtre*, qui sera tourné en film. Elle a aussi écrit un scénario, *Le monde est un théâtre*, qui sera tourné en film.

Après onze ans d'absence, Louise Deschâtélens retourne au théâtre. Elle a écrit un roman, *Le monde est un théâtre*, qui sera publié en septembre. Elle a aussi écrit un scénario, *Le monde est un théâtre*, qui sera tourné en film. Elle a aussi écrit un scénario, *Le monde est un théâtre*, qui sera tourné en film.

Un spectacle avec des vedettes est-il très important ? Sera-t-il couvert de préférence à un autre sans vedettes ? Oui, c'est important, dit de Repentigny. Ce sont des repères, des gens auxquels le public peut s'identifier, mais ce spectacle recevra une critique tout comme un spectacle sans vedettes. Ce n'est pas le premier critère à *La Presse*.

Hervé Guay ne conçoit pas son rôle de critique uniquement comme « aiguilleur de consommation culturelle ». Peut-être est-ce dû au caractère du journal dans lequel il écrit, mais il croit que le fait de parler d'un spectacle, même si peu de gens vont s'y rendre, ne serait-ce que pour en expliquer la nouveauté, est très important. Il soutient que « le théâtre n'est pas qu'un produit culturel mais aussi un produit de l'esprit qui mérite d'être analysé avec tous les égards ». Il faut, selon lui, reconnaître l'influence des écrits journalistiques sur la manière dont les subventions sont distribuées, et ce rôle doit être pris à cœur autant que celui qui consiste à classer les pièces pour le public lecteur.

Que pense-t-on de l'importance ou de l'approche de la couverture théâtrale, dans les médias, si on la compare aux autres types de spectacles (variétés, sport, musique...) ? Alain Fournier comprend bien les explications qui ont trait à l'espace restreint disponible pour le théâtre dans les médias. Ce qui l'étonne pourtant, c'est l'angle que l'on choisit toujours pour parler de théâtre, en se limitant aux pages culturelles. Or le théâtre est aussi une activité sociale et économique, par exemple. N'est-il pas dangereux d'en parler uniquement sous l'angle culturel, même si c'est là son essence ? Car à notre époque de compressions, c'est toujours la culture – considérée comme un luxe – que l'on sacrifie en premier. Il y a beaucoup d'émissions de télévision qui traitent de consommation, du soutien de l'État à l'économie, du développement de nouveaux produits, mais qui laissent de côté les développements importants qui se passent dans le secteur du théâtre, comme l'exportation, l'ouverture de nouveaux marchés par exemple. On ne compare jamais non plus les subventions accordées au théâtre à celles données à une usine de camions ou aux producteurs de blé ! Il faudrait donc *aussi* traiter de théâtre ailleurs que dans les pages culturelles. Même s'il reconnaît que ce discours ne s'adresse pas *a priori* aux responsables des pages culturelles, Fournier est d'avis que ceux-ci peuvent profiter de leur tribune pour sensibiliser des collègues œuvrant dans d'autres secteurs.

Quel théâtre traiter ?

Fait-on (convient-il de faire) une distinction, dans les médias, entre théâtre privé et théâtre public, ou subventionné ? Entre théâtre amateur (communautaire, scolaire, collégial, universitaire) et théâtre professionnel ? Faut-il traiter toutes ces formes de théâtre de la même façon ? Mettre en œuvre les mêmes énergies pour couvrir, par exemple, le théâtre d'été – essentiellement privé – et le théâtre en saison régulière ?

À *La Presse*, en ce qui concerne le théâtre d'été, Alain de Repentigny note que la situation est un peu particulière dans la mesure où les autres secteurs du théâtre font à peu près tous relâche. Il juge important de couvrir le théâtre d'été parce qu'il est fréquenté par beaucoup de monde. C'est même pour son journal un genre de *sprint*, dit-il : il faut voir et traiter quinze ou vingt pièces de la mi-juin à la mi-juillet. Pour ce qui est du théâtre amateur ou étudiant, il y a place pour cela dans « La Jeune

Presse », une page rédigée toutes les semaines par des jeunes du secondaire et du cégep. Il arrive qu'ils parlent de spectacles produits dans leurs écoles ou ailleurs. Mais dans les pages culturelles, conclut-il, c'est vraiment le théâtre professionnel qui constitue l'essentiel de la couverture.

Luc Boulanger dit qu'à *Voir* c'est pareil, même si parfois, sous forme de brèves, on peut y annoncer un spectacle amateur ou étudiant. Le calendrier fait aussi une place à ces productions. Mais il se sentirait mal à l'aise de refuser à une compagnie professionnelle une place médiatique pour la donner à des amateurs.

Là-dessus, Alain Fournier revient à la charge : peut-être que d'autres journalistes seraient intéressés à traiter de théâtre, si on les sensibilisait à cette idée. Quand Anne-Marie Théroix fait du théâtre avec des aphasiques, l'événement n'est pas culturel. Il relève des affaires sociales et mériterait d'être traité dans ces pages, avec les grilles d'analyse habituelles, pour en évaluer les objectifs et l'impact. Dans certaines démarches communautaires, le théâtre est un moyen privilégié. Lorsque des congrès syndicaux l'utilisent pour mettre en branle une discussion, cela peut être plus ou moins bien fait, et constituer ou non un objet artistique, mais ces productions n'ont pas à être dévalorisées ou traitées dans les pages culturelles. Même si l'on peut apprécier, dit Fournier, de voir le théâtre couvert dans les journaux par des gens qui le connaissent, qui peuvent l'expliquer, le déconstruire et vulgariser convenablement une démarche pour toutes sortes de lecteurs, il faut aussi que d'autres personnes traitent de théâtre quand il n'est pas un objet culturel mais une activité économique, sociale, thérapeutique ou autre.

Directeur du module de théâtre à l'UQAM, Fournier précise qu'en ce qui a trait aux exercices pédagogiques publics des étudiants de son département, il ne s'attend pas à ce qu'ils soient couverts comme les spectacles professionnels. Un exercice pédagogique peut être porteur de promesses, ou même de réponses, mais si l'on en parle, il faut bien le situer dans son contexte. Mais cela, il faut le faire aussi pour le théâtre professionnel. Lorsqu'on parle de théâtre d'été, il ne faut pas perdre de vue qu'il s'agit de compagnies à but lucratif, qui proposent un produit bien fait, devant être consommé par un maximum de spectateurs. Sans changer toutes les grilles d'analyse, poursuit Fournier, la mise en contexte peut s'avérer nourrissante pour le spectateur. Il faut indiquer, par exemple, quel type de rendez-vous est proposé au public.

La critique

Il existe toujours un roulement important dans la profession de critique de théâtre, et rares sont ceux qui y font une longue carrière, comme Jean Béraud, qui a œuvré vingt-neuf ans à *La Presse*, ou Martial Dassylva, qui a tenu ce poste pendant dix-huit ans. Depuis la saison dernière, plusieurs piliers importants de la critique montréalaise ont cessé de pratiquer de façon systématique leur activité de critique : Paul Toutant, qui ne couvre plus l'activité théâtrale comme il l'avait fait pendant une dizaine d'années à la télévision de Radio-Canada ; Robert Lévesque³, puis Gilbert David (*Le Devoir*) et Jean Beaunoyer (à *La Presse*), même si l'on a revu à l'occasion la signature de ce

3. Mais celui-ci est revenu à la radio de Radio-Canada en septembre 1997.

dernier. Devant tous ces départs et ces bouleversements du paysage, on peut pousser dans certains cas un « ouf » de soulagement, mais on peut aussi regretter la perte d'une expérience qui seule permet la mise en perspective indispensable.

Première question : une critique doit-elle comporter un compte rendu de la pièce ?

Pour ce qui est de la radio, Bertrand Roux souhaite qu'il y en ait toujours un. Que ce soit pour une « vadrouille », pour une chronique ou pour une émission consacrée exclusivement au théâtre, il apprécie toujours une mise en situation rapide. À CIBL-FM, on a même modifié l'approche pour les publicités. Alors qu'auparavant on mettait l'accent sur les interprètes ou la mise en scène, aujourd'hui, on essaie, même en trente secondes, de situer l'histoire, ne serait-ce que pour engager une communication directe avec l'auditeur plutôt que de s'en tenir à citer des noms d'artistes.

Boulangier est d'accord pour la mise en situation, mais personnellement, comme lecteur, il déteste se faire raconter l'histoire. Le travail du critique consiste à mettre en contexte, mais surtout à fournir un éclairage, à donner un point de vue intégré sur une démarche artistique. Il n'y a pas de mode d'emploi unique pour la critique.

Hervé Guay voit le compte rendu et le jugement comme un tout. L'ensemble doit se tenir. La critique est à son avis un exercice de cohérence. C'est le discours qui est important. Bien sûr, il y aura des éléments descriptifs, mais ce n'est pas obligatoire. Cela dépend du spectacle.

Alain Fournier estime qu'il faut avant tout situer et rendre intelligible l'argumentation qui va porter le jugement. Qui est le critique, d'où parle-t-il ? Le compte rendu, la mise en situation sont déjà un exercice qui permet de situer celui qui parle. Il est d'accord avec les deux intervenants précédents pour trouver que

trois colonnes dans une critique pour raconter l'histoire d'une pièce, c'est beaucoup trop. Par contre, il faut savoir d'où vient le jugement, sans être obligé d'aller voir le spectacle. Il faut donc connaître le processus. Il est important de situer l'ensemble des éléments de la représentation dans la démarche de la production. Un metteur en scène ne décide pas de tout. Les responsabilités doivent être attribuées aux bonnes personnes.

À qui parle-t-on ?

Marie Chalouh regrette qu'il y ait un roulement aussi important dans le métier de critique. C'est dommage car, selon elle, la confiance du spectateur à l'égard d'un critique s'installe très lentement. Elle met personnellement des années à faire confiance au jugement d'un critique. Elle valorise son travail mais prend beaucoup de temps à l'apprécier vraiment. Et lorsqu'un critique donne des leçons au metteur en scène et s'amuse à refaire la distribution, elle trouve intéressant de voir qu'il y aurait eu d'autres propositions possibles, d'autres approches. Même si cela est plutôt mal reçu par les créateurs,

Mots à maux
Renaud Bouchon

COMBAT DE NÈGRE ET DE CHIENS
Renaud Bouchon

LA MAISON Amérique
Renaud Bouchon

qualité, et qui se désespèrent de n'avoir pas réussi à obtenir « dix pour cent de ça en des années ici ». Il lance un cri du cœur : « Ils ont besoin de ça pour continuer ! »

Le critique fait-il donc partie du milieu théâtral, est-il l'interlocuteur privilégié des artistes ou seulement, comme certains le prétendent, un « mal nécessaire » ?

Sans désavouer les propos de l'intervenant précédent, parce qu'il en comprend « l'émotion porteuse », Alain Fournier pense que c'est d'abord un lecteur qui lit les critiques et que ceux-ci doivent en tenir compte. Une revue se prête mieux, à son avis, au travail d'analyse en profondeur et au dialogue avec l'artiste.

Une intervenante ayant déjà fait de la critique, Lorraine Hébert, dit avoir cessé cette activité « parce que les dés étaient pipés⁴ ». Elle trouve que ce qui manque de façon chronique dans les journaux, ce sont des articles qui mettent en perspective l'activité théâtrale. Il y a toutes sortes de questions à poser, qui ne traversent jamais les articles. Elle cite en guise d'exemples la question de la diffusion, la situation du théâtre de création, celle des auteurs, le phénomène du rayonnement à l'étranger, la dimension sociale du théâtre, et ainsi de suite. À son avis, on reste collé à l'objet qu'est la pièce et on passe d'un objet à un autre, sans prendre de recul. Le public a besoin de trouver une perspective : le théâtre est un phénomène social, politique, culturel. Les artistes travaillent pour toutes sortes de raisons qu'il faut interroger.

Lorraine Hébert soumet une autre question : « Comment se fait-il que les critiques couvrent tous le même spectacle en même temps ? » Luc Boulanger répond que les critiques sont tous invités à la première. Mais au nom de la liberté d'expression que revendiquent les journalistes, insiste Lorraine Hébert, ne devraient-ils pas aussi exercer une liberté de choix ? En allant voir la même pièce le même soir, les critiques laissent toute une catégorie de pièces sans couverture. Boulanger évoque alors le rythme de l'actualité qu'il faut suivre. Comme lecteur, il ne se sent pas frustré. Il sait trouver une information culturelle différente dans les périodiques spécialisés.

Lorraine Hébert ne parle pas des revues spécialisées, qui « s'adressent aux artistes ». Elle parle d'information large, pour le grand public. Comment se fait-il, clame-t-elle, que les gens ne comprennent pas que la situation des artistes dans notre société est dramatique ? Les médias ont un rôle à jouer dans cette prise de conscience. Comment se fait-il, ajoute-t-elle, que les gens pensent encore que faire de l'art ne coûte rien ? que les artistes sont des assistés sociaux à qui il faut couper les subventions ? Ils ne sont pas informés de ce que veut dire faire de l'art.

Voilà une grande responsabilité mise sur le dos des médias, estime Luc Boulanger. À *Voir*, il rappelle que l'on a consacré plusieurs dossiers au statut précaire des artistes, mais le magazine ne peut se porter garant de l'interprétation qu'en fera le lecteur. Il est très difficile de contrer des préjugés ancrés depuis longtemps, ou une préférence pour le baseball au lieu du théâtre.

4. Elle fut membre de la rédaction de *Jeu* de 1976 à 1981 et de 1983 à 1985.

Contourner la critique

Michel Monty, praticien du théâtre, est déçu du faible nombre de confrères présents dans la salle. Il trouve important que les critiques mettent en contexte chaque production avec les moyens de la compagnie. Il n'est pas juste de dire que les costumes ne sont pas beaux – dans une création – sans souligner qu'ils ont été réalisés avec un budget de huit cents dollars. Comme Hervé Guay, il est d'avis qu'il ne faut pas faire un drame si une pièce, comme une partie de baseball, est moins réussie qu'une autre. Pour ce qui est des soirs de première, Monty note que les critiques ne sont pas des spectateurs ordinaires ; ils ne paient pas leurs billets et se côtoient entre eux. Cela crée, à son avis, une situation très insidieuse : les gens de théâtre accordent trop d'attention aux critiques au détriment du public en général. Personnellement, il rappelle qu'une seule mauvaise critique a court-circuité un bouche à oreille efficace dans une de ses productions récentes, pour tuer le spectacle dans l'œuf. Il conclut par cette invitation aux critiques : « Venez n'importe quand, pas tous le même soir, venez avec un public ordinaire, avec des spectateurs qui ont payé leurs billets et, à la limite, payez vos billets ! D'ailleurs, pourquoi les critiques ne paient-ils pas au moins une partie de leurs billets ? »

Boulangier répond qu'il a déjà payé sa place, notamment pour *Voyage au bout de la nuit*, spectacle autogéré présenté à l'École nationale de théâtre ; et que, par ailleurs, si un producteur ne veut pas recevoir tous les critiques en même temps, il n'a qu'à répartir les invitations sur plusieurs soirs. Monty affirme qu'il tiendra compte de ces réflexions. Pour lui, le milieu fait erreur en considérant les médias comme le principal ou le seul lien entre le public et les praticiens, alors qu'il y en a d'autres à découvrir, dans une perspective de développement de marché. Un mauvais spectacle ne trouvera pas son public, et cela que la critique vienne ou non. La rumeur ne donnera rien. Mais quand la rumeur est bonne et qu'une mauvaise critique vient la tuer, il y a un problème. Il faut que le milieu cesse de quémander auprès de la critique et de jouer à l'opportuniste avec les médias.

Alain de Repentigny déplore lui aussi le caractère artificiel des soirs de première, mais il trouve que c'est pire au cinéma, car là, les critiques visionnent les films dans une petite salle d'où le public est exclu. Il affirme n'avoir aucune objection à ce que les critiques paient leurs billets, et que cela arrive parfois. Il se demande d'ailleurs si les théâtres donnent des billets de faveur parce qu'ils craignent de ne pas attirer suffisamment de critiques. Par ailleurs, beaucoup d'autres spectateurs sont invités à la première, et constituent même la majorité de la salle.

À CIBL-FM, rappelle Bertrand Roux, on ne paie même pas nos journalistes ; il est donc exclu que l'on paie les billets, sauf de façon tout à fait exceptionnelle. Et si le chroniqueur ne connaît pas bien le relationniste d'un théâtre, il a intérêt à être présent à la première, car autrement, on ne lui donnera pas de billet pour un autre soir. Cela n'est pas négociable ! Le chroniqueur de CIBL-FM n'a donc pas le choix : il doit être présent à la première ou se passer de voir la pièce.

Hervé Guay précise que les médias n'ont pas tous les mêmes moyens. Les billets de faveur permettent à une plus grande variété de critiques d'apprécier le même spectacle,

ce qui multiplie les points de vue. Un journal comme *Le Devoir* devrait limiter sa couverture théâtrale s'il fallait payer les billets des chroniqueurs.

Redites et constat

Il fallait s'y attendre, à ce forum sur théâtre et médias, c'est la critique qui a suscité les discussions les plus passionnées. Pourtant, est-ce à cause du faible nombre de praticiens présents, à cause des invités ou de l'animateur ?, le débat de fond n'a pas eu lieu. Chacun a campé sur ses positions et l'on a souvent répété des arguments déjà entendus : les médias insistent trop sur le caractère événementiel du théâtre au détriment de l'activité continue, mais les théâtres qui organisent ces événements en sont au moins aussi responsables ; il faut dédramatiser les premières, voire commencer un spectacle à la deuxième (!) ; les critiques, qui ne sont pas de *vrais* spectateurs, devraient payer leurs billets, mais cette solution est impraticable dans les médias à moyens modestes ; si les théâtres font pression auprès des journaux pour obtenir de la promotion gratuite sur leurs spectacles, c'est parce que les journaux manquent à leur devoir d'information de base ; le critique fait un travail ingrat et solitaire, il se présente comme un juge mais ne donne qu'une opinion personnelle dont il ne faudrait pas exagérer l'importance ; il est capable de nuire bien plus que d'aider ; il est loin de l'interlocuteur direct et éclairé de l'artiste qu'il devrait être.

Il demeure quand même qu'une unanimité se dégage chez tous les intervenants n'étant pas liés aux médias : le manque d'information de base sur les spectacles à l'affiche se fait cruellement sentir. Dix ans après le même constat fait par le CQT, constat ayant donné naissance pour un temps à *Théâtre à l'affiche*, cette carence est troublante. Pourtant, il existe ailleurs – à Toronto, à Londres ou à New York – des journaux qui diffusent régulièrement une information complète et utile sur toutes les pièces présentées en ville. Serait-ce trop que de demander la pareille aux grands médias montréalais ? On y fait preuve d'une rare ingéniosité pour annoncer jusqu'à plus soif et en détail toutes les nouvelles émissions de télévision qui nous assaillent par l'entremise d'un nombre de chaînes en croissance exponentielle. Alors, que l'on ne nous dise pas qu'il serait trop compliqué de publier régulièrement le numéro de téléphone des théâtres montréalais, leur adresse, ce qu'on y présente et un résumé de la pièce en trois lignes. Il s'agit là d'un service public au même titre que les cotes de la bourse ou la météo. Le dynamisme reconnu de l'activité théâtrale montréalaise mérite bien un tel traitement. Et ce serait déjà un grand pas, qui réduirait pas mal de tensions, d'attentes déçues et de malentendus. **■**