

Les médias électroniques et la « question » littéraire

Francine Bordeleau

Numéro 112, hiver 2003

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/37983ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Productions Valmont

ISSN

0382-084X (imprimé)

1923-239X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Bordeleau, F. (2003). Les médias électroniques et la « question » littéraire. *Lettres québécoises*, (112), 16–19.

Les médias électroniques et la « question » littéraire

Depuis l'automne – et pour la première fois en quelques lustres –, aucune chaîne de télé nationale, secteurs public et privé confondus, ne diffuse au Québec d'émission consacrée exclusivement à la littérature. Côté radio, seule Bouquinville, à la Chaîne culturelle de la Société Radio-Canada, tient le fort. Livres et médias électroniques seraient-ils voués à entretenir des rapports antinomiques ?

DOSSIER

FRANCINE BORDELEAU

EN MATIÈRE D'ÉMISSIONS LITTÉRAIRES, LA RÉFÉRENCE CANONIQUE demeure *Apostrophe/Bouillon de culture*, qui nous parvenait ici par l'entremise de TV5. Un animateur, Bernard Pivot, dont la notoriété s'est étendue jusque chez le public étasunien cultivé, des écrivains, et puis voilà : un « show de chaises », comme on dit, qui n'était évidemment pas diffusé à une heure de grande écoute sur son territoire, mais qui donnait à la littérature une visibilité. Patrick Modiano et ses silences, « notre » Denise Bombardier et ses coups de gueule, Yann Andréa déchu et pathétique publiant *Cet amour-là* après la mort de Marguerite Duras : sans effets spéciaux, sans effets de manche, et sans chercher midi à quatorze heures, Pivot avait ce don de rendre « télévisuelle » la littérature grâce, essentiellement, à une approche tout à la fois savante et populaire (à cet égard, un morceau d'anthologie : l'anthropologue Françoise Héritier expliquant très sérieusement à l'animateur ébahi les pratiques sexuelles de certains hommes chinois).

« Le meilleur indicateur d'un succès futur est un succès passé. Les directeurs de programmes ont donc longtemps cherché, au Québec, une figure qui pourrait être l'équivalent de Pivot », assure Claude Martin, professeur au Département de communication de l'Université de Montréal. Sans le trouver, de toute évidence. Reste qu'il fut un temps, par exemple durant la seconde moitié de la décennie 1980, où même TQS, aujourd'hui fort occupée à promouvoir l'humour au ras des pâquerettes, avait son émission littéraire (animée par Gaston L'Heureux). À la même époque, le réseau TVA proposait, animé par Reine Malo, un *Bon dimanche* qui meublait la majeure partie de l'après-midi. On y était éclectique, de belle humeur – afin de ne pas faire fuir l'auditoire, la culture se doit d'être présentée sous des jours riants –, et suffisamment « compétent » pour parfois s'aventurer, malgré une vocation grand public, hors des sentiers battus. « Ce magazine culturel est encore cité comme un modèle du genre », affirme M. Martin. Sans être dédié à la littérature, *Bon dimanche*

lui garantissait une couverture fort adéquate – confiée, il est plaisant de le rappeler, à Christiane Charette –, pas moins importante, assurément, que celle accordée au cinéma ou à la chanson, par exemple.



JACQUES ALLARD

Depuis plus d'une décennie cependant, les deux réseaux privés se sont sans remords délestés de tout véritable mandat culturel. À TQS, la culture, c'est pendant *Flash* que ça se passe : une succession de clips sur les « vedettes », hollywoodiennes de préférence, ou québécoises lorsque leur « performance » au box-office mérite d'être signalée. Au réseau TVA, les artistes et créateurs québécois sont à l'honneur des « infovariétés » (excusez-nous : c'est le terme proposé par l'Office de la langue française pour *talkshow*), mais pourvu qu'ils soient suffisamment connus du public visé. C'est, encore et toujours, la parade des vedettes, établies ou d'un jour. Les animateurs d'infovariétés reçoivent parfois des écrivains, et on ne peut que s'en réjouir. On n'a cependant pas encore vu, chez un Marc Labrèche (ou, depuis septembre, chez François Morency, son successeur à la quotidienne de fin de soirée), Marie-Claire Blais, Hélène Dorion, Pierre Yergeau et autres Andrée A. Michaud. Mais peut-être ceux-là ne nourrissent-ils pas pareille ambition...

Bref, si la culture a encore droit de cité chez les diffuseurs privés, c'est en ses manifestations les plus populaires, les plus commerciales, et jamais à l'intérieur d'émissions dédiées. Ces dernières sont

ainsi devenues l'apanage des réseaux publics : la Société Radio-Canada (SRC) et Télé-Québec, donc. Les deux réseaux publics n'ont pas vraiment le choix : existant grâce aux deniers publics, ils se doivent de respecter les mandats que leur fixent les « actionnaires » dont ils dépendent (Patrimoine canadien pour la SRC, ministère de la Culture et des Communications pour Télé-Québec). La diffusion de la culture – canadienne dans un cas, québécoise dans l'autre – fait partie de ces mandats. Comment les réseaux publics s'en acquittent-ils et en fonction de quels choix ? Toute la question est là.

CULTURE VERSUS ARGENT

En ce qui concerne le traitement médiatique de la culture, le débat refait périodiquement surface. Toutes les disciplines ont un jour ou l'autre étalé leurs griefs. Aujourd'hui, c'est le milieu littéraire qui reprend le flambeau. Ainsi, en juin 2003, l'Académie des lettres du Québec et l'Union des écrivains et écrivains du Québec (UNEQ) concoctaient conjointement une pétition bien sentie et l'envoyaient à Daniel Gourd, directeur de la programmation à la SRC. En juin, la seule émission littéraire télé du réseau avait déjà disparu depuis plus d'un an ; mais il semble qu'en décidant, au printemps, de supprimer *Paysages littéraires*, animée par Stéphane Lépine en soirée, sur les ondes de la Chaîne culturelle – chaîne irrémédiablement condamnée, de toute façon, à un auditoire marginal ; alors pourquoi éliminer des émissions qui satisfont aux exigences de leur public, même si celui-ci est restreint ? –, la société d'État ait ajouté l'insulte à l'injure. « La programmation de la Société devrait contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre », disait par exemple le texte de la pétition. « Nous nous sommes appuyés sur le mandat même de la SRC, dit Jacques Allard, vice-président de l'Académie des lettres. Et nous avons fait cette pétition pour enjoindre à la SRC de respecter son public cultivé. »

Histoire de ne pas être en reste, Télé-Québec a cet automne bazarde *Cent titres*, qu'animait Danielle Laurin, et aborde la littérature par l'entremise, notamment, de son émission culturelle quotidienne *Diabolo menthe* (celle-ci remplaçant *Les Choix de Sophie*). Mais si la SRC est pour l'heure davantage prise à partie, c'est qu'elle agace tout particulièrement. Selon des observateurs comme Danielle Aubry, scénariste de téléromans (pour TQS, la SRC et TVA) et professeure au Département des études littéraires de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), et Jean-Paul Baillargeon, chercheur à l'INRS-Culture, autant les bailleurs de fonds gouvernementaux que les gestionnaires de la société d'État s'interrogent grandement sur le « positionnement » de cette dernière. Les virages qu'on y prend depuis quelque temps afin de tenter de rallier le grand public – d'où, par exemple, des émissions comme *La Fureur* et l'abondance de téléseries – seraient attribuables au contexte actuel marqué par un financement public moindre, la vive concurrence exercée par les réseaux privés et la prolifération des chaînes spécialisées (de Canal D, royaume du salmigondis et du n'importe quoi, jusqu'à ArTV). Soit. Mais le « contexte » n'est-il pas un justificatif commode, une explication un peu courte du désengagement de la SRC en matière culturelle ?

La société d'État est actuellement « en repositionnement », nous informait une relationniste dévouée. Le « repositionnement », dans cette boîte, dure depuis au moins cinq ans, mais bon. Par ailleurs un nouveau patron – Mario Clément, issu de Télé-Québec – a pris les rênes de la programmation à l'automne. En l'occurrence, personne ne peut commenter les partis pris culturels et la philosophie du réseau « avant décembre 2003, voire janvier 2004 ». Sans rire !

Le milieu littéraire a raison de déplorer la disparition des émissions spécialisées. Mais c'est au fond la question de la présence de la culture dans les médias de masse qui se pose. Les secteurs de la danse, de la musique classique, des arts visuels pourraient émettre les mêmes doléances. Les éléments de « haute » culture, qui attireront toujours un public restreint, semblent ne plus avoir de place à la télé,

dit Jean-Paul Baillargeon.

Sans pleurer sur la bonne époque des téléthéâtres, Danielle Aubry rappelle pour sa part que « la SRC, dont le mandat explicite est de promouvoir les productions canadiennes, la langue et la culture, a rempli ce mandat pendant longtemps, et a déjà accordé une place importante à la haute culture ». Selon elle, la création de Téléfilm Canada, dans les années quatre-vingt, ne fut pas sans conséquence pour la SRC.

Téléfilm Canada a contribué à l'essor et à la multiplication des producteurs privés. Or, ceux-ci visent d'abord la rentabilité. Par ailleurs, à cause des fortes compressions budgétaires, la SRC a dû renflouer la caisse avec de la pub. Et aux commanditaires, il faut rendre des comptes, livrer un certain nombre de téléspectateurs.

Et c'est ainsi que trouve à s'instaurer un cercle vicieux : celui de la course aux cotes d'écoute. À l'évidence, les émissions culturelles, et littéraires, ne cartonnaient pas suffisamment. Les animateurs se sont relayés, les formules aussi. Les décors ont changé. La case horaire, par contre, restait assez immuable : le dimanche après-midi, à 14 h ou 15 h. Cette case horaire, qui n'aidait franchement pas les cotes d'écoute – le dimanche entre 11 h et 13 h, *Bouquinville* est-elle mieux servie ? –, aura toujours indisposé le milieu. « La littérature passionne les gens dès qu'on la rend accessible et disponible », tranche Jacques Allard.

« Traiter la culture de façon convenable coûte relativement cher », soutient pour sa part Jacques Lagacé, directeur des affaires institutionnelles à Télé-Québec et PDG par intérim. À cause des autres réseaux, il ne précisera cependant pas le budget de *Cent titres*, qui occupait une case horaire acceptable, en soirée.

Après cinq ans d'existence, l'émission devait être réévaluée. Par ailleurs, nous étions cette année confrontés à d'importants enjeux budgétaires et de ressources, et cela d'autant que les mandats confiés à Télé-Québec sont très exigeants : il faut en effet ménager une place au cinéma, au documentaire, au secteur jeunesse, aux régions, à la culture dans son ensemble... D'où notre choix de couvrir la littérature à l'intérieur de la nouvelle émission culturelle quotidienne,

explique encore M. Lagacé.

À Télé-Québec, poursuivra Cécile Bellemare, directrice du développement des programmes, les émissions sont fréquemment évaluées. « On constitue des groupes témoins. Or, en ce qui concerne la littérature, la très grande majorité des gens préféreraient un traitement sous forme de chroniques présentées à l'intérieur d'une émission culturelle plus large. » *Diabolo menthe* « chronique » donc la littérature le vendredi, en plus de parsemer, sur toute la semaine, des capsules rapportant l'actualité littéraire et les activités littéraires en région ; une plage pour une entrevue hebdomadaire avec un écrivain est également réservée.

Jacques Lagacé ajoute :

La littérature sera toujours au cœur des questionnements de Télé-Québec. L'un de nos mandats est d'ailleurs d'amener les Québécois à lire davantage. Mais nous poursuivons aussi l'objectif d'élargir les publics. Or, les émissions littéraires rejoignent majoritairement un public déjà convaincu. Une émission culturelle large peut sans doute contribuer à initier des gens à la littérature.

« CLIPS » VERSUS ÉMISSIONS DÉDIÉES

Le parti pris avoué de Télé-Québec ? « Ne pas traiter la culture de façon trop empesée », dit M^{me} Bellemare. On argue par ailleurs que la diffusion du livre y est assurée par l'entremise d'émissions diverses – pas seulement par *Diabolo menthe*, donc –, par exemple par *Points chauds* puisque, en règle générale, des titres permettant d'approfondir la réflexion sur le sujet du jour sont donnés en référence. En outre, *Ramdam* et *Macaroni tout garni* assureraient une certaine promotion de la lecture auprès des jeunes.

Reste que les deux réseaux publics succombent, en pratique, à la même tendance : celle de la dissémination, qui consiste à mettre du livre un peu partout, mais pas trop longtemps. Pour Claude Martin, ce type de stratégie, *a priori*, se défend.

La seule façon de véritablement mesurer la présence de la littérature à la télé serait de faire le tour des lieux où la littérature circule, et de comptabiliser le nombre de livres mentionnés au cours de la semaine,

dit-il. Plusieurs paramètres devraient être considérés, admet-il cependant. Ainsi, de quels types de livres les émissions non spécialisées parlent-elles le plus souvent : best-sellers ? romans ? ouvrages pratiques ? production québécoise ou étrangère ? Il appert en outre, et sans qu'il y ait jamais eu là une quelconque « stratégie », que plusieurs animateurs se font fort de recommander des ouvrages à leurs téléspectateurs. Aussi peut-on présumer, sans trop de marge d'erreur, que la disparition d'une émission littéraire signifie au bout du compte ceci : une diminution du nombre de livres abordés à la télé.

Cela étant, quelqu'un comme Claude Martin s'accorde avec Jacques Lagacé (et plusieurs autres) : « Les émissions spécialisées rejoignent les gens déjà intéressés. » Mais, d'ajouter le professeur de l'Université de Montréal, « ce n'est pas rien de rejoindre les gens du milieu ». (De même, le cahier littéraire du *Devoir* est lu essentiellement par les gens du milieu et les « convertis » ; pourtant nul ne songerait à en remettre en question la pertinence.) « Le public cultivé aussi a droit à des émissions faites pour lui, c'est une question de démocratie, renchérit Jacques Allard. N'oublions pas que ce public paie des impôts, que par conséquent il contribue au financement des réseaux publics. »

Ce public n'a pas toujours été satisfait des émissions dédiées. C'est que gestionnaires et concepteurs donnaient l'impression de ne pas trop savoir eux-mêmes qui ils voulaient rejoindre, entre les profanes et les « déjà intéressés ». D'où des contenus quelque peu bizarroïdes, de toute façon trop arides pour les uns étant donné le sujet, et pas assez élaborés pour les autres. Personne, de fait, n'affirmera que la formule magique soit facile à trouver. Toutefois, estime Jacques Michon, professeur au Département des lettres et communications de l'Université de Sherbrooke et directeur du Groupe de recherche en édition littéraire du Québec (GRELQ), deux phénomènes entravent la conception d'émissions littéraires de qualité : « l'anti-intellectualisme des médias électroniques et le fait que ceux-ci s'acharnent à transformer le livre en spectacle ». M. Michon montre du doigt, au premier chef, la SRC, qui « devrait prendre le leadership en matière culturelle ». Ironie du sort, ajoutera-t-il, « nombre des journalistes de cette boîte sont eux-mêmes des romanciers, et plusieurs poètes de l'Hexagone ont travaillé à la radio d'État comme réalisateurs ».

Sur toutes les chaînes, donc, la littérature est maintenant reléguée dans des « espaces culturels », c'est-à-dire dans des chroniques ou des « clips ». Cela peut s'expliquer par l'époque, qui privilégie la rapidité, la facilité et la superficialité, mais l'époque ne saurait non plus tout justifier. « Les diffuseurs sont paresseux car le public serait tout de même capable d'en prendre nettement plus que ce que la télé donne », croit Danielle Aubry. La chronique ne permet guère de sortir des ornières, du connu. En éliminant les émissions littéraires, la télé refuse à ses auditoires l'accès à une réflexion, à de véritables échanges d'idées. « Ce n'est pas dans les infovariétés ou les clips que le propos de la littérature peut être exploré, et exploité », résume Stanley Péan, animateur de *Bouquinville*.

LES INTELLECTUELS ET LA TÉLÉ

En un demi-siècle d'existence, la télé n'a pas su traiter convenablement des arts visuels ni de la danse. Côté musique classique, des concerts d'orchestres symphoniques auront été diffusés par intermittence. Côté littérature, c'est la formule qui aura fini par poser problème ; on a commencé en effet à

chercher des façons moins statiques de présenter les livres et les écrivains, des façons qui colleraient davantage à l'esthétique télévisuelle. Faut-il en déduire, comme d'aucuns l'affirment, que la télé n'est pas, ou n'est plus un véhicule approprié pour la littérature, que cette dernière s'accommode mieux de la radio et de la presse écrite ?

En tout cas, la télé ne fait pas vendre de livres ; à cet égard, son effet est marginal par rapport aux journaux, ont constaté Jacques Michon et Claude Martin, dont les travaux sur la présence de la littérature dans les médias abordaient la question par la bande. Mais il n'y a pas que les ventes.

Par rapport aux autres « produits culturels », le livre possède un aspect particulier : c'est à travers lui qu'on a la réflexion, la multitude des opinions.

À cet égard, il est le principal garant de la diversité culturelle. Voilà, me semble-t-il, qui justifie pleinement la nécessité d'émissions littéraires à la télé,

soutient Denis LeBrun, propriétaire de la librairie Pantoute, à Québec.

Le monde du livre est vaste, et la confrérie des auteurs l'est tout autant. Avec les romanciers – eux-mêmes répartis entre la littérature populaire et la littérature à rayonnement plus restreint –, nouvelliers et poètes cohabitent une nuée d'essayistes issus de toutes les disciplines et de tous les domaines. Moins le livre occupe la sphère publique, moins les idées et les connaissances en général sont diffusées. Or, la diffusion des idées est un corollaire au mandat d'infor-



mation et d'éducation des réseaux publics.

Cela étant, Danielle Aubry, aussi critique soit-elle envers tous les réseaux, ne peut s'empêcher de trouver quelque peu paradoxales les revendications du milieu littéraire.

Les intellectuels ont toujours méprisé la télé et exigent maintenant d'elle qu'elle s'occupe des productions de haute culture. La télé est coupable de pratiquer le nivellement et la standardisation car les gestionnaires n'y ont aucune vision ; mais est-ce le rôle des réseaux généralistes, publics comme privés, d'assurer sur leurs ondes une présence de la haute culture ?

Il serait facile de répondre par la négative, surtout que la chaîne spécialisée ArTV semble conçue expressément pour « les intellectuels ». Force est cependant d'admettre que la chaîne se cherche encore tant sa programmation manque de cohérence : il est plutôt gênant de voir là les épisodes des *Filles de Caleb*, de *Moi et l'autre* et d'*Ally McBeal* (pourquoi ne pas les envoyer sur Séries + ?), sans compter les spectacles repiqués aux Francofolies, au Festival de jazz de Montréal ou au Festival d'été de Québec. On y trouve un peu de littérature, mais rien qui soit digne d'une chaîne dite « culturelle ». De fait, ArTV semble aussi embêtée, avec son mandat culturel, que nos deux réseaux publics.

Mais plus fondamentalement, l'instauration d'une chaîne comme ArTV – dont la SRC et Télé-Québec sont deux des partenaires – a des effets pervers

que l'on commence à constater. Ainsi, elle permet aux réseaux publics d'abandonner la production d'émissions culturelles tout en se donnant bonne conscience. Et elle signifie une ghettoisation de la culture. Car les chaînes spécialisées ont beau se multiplier, leur part de marché demeure infime ; ainsi le Canal D, la plus regardée d'entre elles, accapare à peine un peu plus de 1 % de l'auditoire. Les réseaux généralistes jouent encore un rôle rassembleur, comme l'attestent les cotes d'écoute dépassant, dans le cas de certains téléromans, le million de téléspectateurs (et ne parlons pas du phénomène *Star Académie* !). Ces réseaux continuent aussi d'être les plus accessibles, puisqu'ils peuvent être captés sans câble ni antenne parabolique. Il est donc légitime de souhaiter y voir des émissions culturelles spécialisées ; les non-initiés pourraient tomber dessus involontairement entre deux téléromans, et peut-être même y prendre goût ! Comme le dit Jean-Paul Baillargeon, « les réseaux généralistes pourraient faire un effort pour élever le niveau des gens ».

Mais il y a plus encore. L'inexistence, dans un média de masse comme la télé, d'émissions littéraires spécialisées, a une signification symbolique importante. Cela porte à croire en effet que notre société accorde au livre un rôle éminemment accessoire, qu'il mérite d'être cité seulement si les chiffres de vente le justifient. Et que les gestionnaires en poste ne lisent probablement pas beaucoup !

LE TEMPS DES INTERROGATIONS

Danielle Aubry n'avait assurément pas tort de relever l'attitude paradoxale des intellectuels par rapport à la télé. Mais il est d'autres paradoxes, observables ceux-là dans les institutions publiques. Au Canada – ce qui inclut le Québec –, tous les réseaux obtiennent une part de financement public par l'entremise, notamment, de Téléfilm Canada (financé par Patrimoine canadien) et de son Fonds canadien de télévision ainsi que de crédits d'impôt. Téléfilm Canada se définit comme « un investisseur culturel voué principalement au développement et à la promotion des industries du film, de la télévision, des nouveaux médias et de la musique ». Quant à la mission du Fonds canadien de télévision, elle consiste à « refléter la réalité du Canada aux Canadiens en appuyant la création et la diffusion, aux heures de grande écoute, d'émissions canadiennes de grande qualité, dont l'intérêt culturel est manifeste [...] ». Le Fonds, qui appuie financièrement *Annie et ses hommes*, *Cauchemar d'amour*, *Fortier*, *Tribu.com*, *Les aventures tumultueuses de Jack Carter* et *La Grande Ourse*, par exemple, a une conception passablement étendue de « l'intérêt culturel manifeste », mais passons : cela nous porte à croire qu'un projet d'émission littéraire serait appuyé.

Même subventionnés, les réseaux conservent un droit inaliénable à l'autonomie, soit. Patrimoine canadien (principal « actionnaire » de la SRC, son Conseil des Arts du Canada [CAC]) et le ministère de la Culture et des Communications, dont dépendent les budgets de Télé-Québec, se targuent néanmoins de promouvoir et de diffuser une culture que du reste ils subventionnent. Il est dès lors inquiétant, dira Stanley Péan, que

la disparition des émissions littéraires ne semble susciter chez ces institutions aucun émoi. Le livre est un domaine culturel essentiel et, en ce qui concerne sa présence à la télé, du moins sur les ondes de la SRC, Patrimoine Canada a une responsabilité morale.

Et Jacques Allard de renchéir :

Ces gens-là devraient au moins protester, sortir sur la place publique. Du reste, ils se débattent parfois pour protéger les manifestations les plus marginales. Mais la gestion de la culture, particulièrement au niveau fédéral, souffre de carences inouïes. Et les dirigeants des organismes subventionnaires sortent des mêmes écoles que les dirigeants des sociétés publiques, ils sont formés de la même façon. Ceci explique sans doute cela.

« On peut être outré de ce silence des organismes donneurs de subventions à la fois à la culture et à la télé, mais doit-on vraiment s'en étonner ? » demande en substance Jacques Michon. « Les politiques actuelles conduisent de toute façon à une disparition générale du livre : les écoles et les bibliothèques sont chichement dotées, le gouvernement du Québec vient de mettre sur pied des programmes qui affectent les librairies... » De fait, le monde du livre a effectué sa rentrée d'automne sous le signe de la sinistrose : cette année, la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) réduit d'environ 6 % son aide à l'édition, le CAC y consacre 9 % de moins, et les crédits d'impôt consentis aux éditeurs pour le livre baissent de 12,5 %. L'annonce de la disparition de *Cent titres* par-dessus le marché n'avait rien pour améliorer l'humeur des troupes.

Pour Jacques Michon, « le milieu doit continuer à revendiquer des émissions littéraires ». Il y a cependant plusieurs façons de revendiquer, estime pour sa part Claude Martin. Selon lui, « la littérature et la télé devraient entamer la discussion en mettant de côté leurs préjugés respectifs ». Le milieu littéraire a tendance à tenir pour acquis que les gestionnaires de la télé sont des incultes, ces derniers croient que la littérature n'est pas assez « vendeuse »...

À cet égard, les gestionnaires semblent ne pas prendre en compte un phénomène très bien compris de nos voisins : soit les cotes d'écoute quantitatives d'une part, et les cotes d'écoute qualitatives d'autre part. Ainsi, des émissions plus difficiles, mais qui rejoignent un public plus scolarisé et fortuné, peuvent être intéressantes pour des commanditaires : ceux qui, par exemple, vendent des produits de luxe.

Autrement dit, tous les commanditaires ne jugent pas rentable de payer des centaines de milliers de dollars pour du temps d'antenne qui leur donnera peut-être une visibilité auprès d'un million de téléspectateurs, mais des acheteurs qui se comptent sur les doigts d'une main. « Si un réseau comme la SRC n'a pas fait cette réflexion, les choses ne vont pas bien ! » ajoute M^{me} Aubry.

Mais si, au bout du compte, la (maigre) présence de la littérature dans les médias relevait plutôt de l'épiphénomène ? Quelqu'un comme Jean-Paul Baillargeon, en tout cas, le croit.

Le problème n'est pas seulement la télé et la littérature. Il concerne le développement culturel en général, que rien ne favorise, et c'est d'abord là-dessus qu'il faut commencer par faire une réflexion véritable. Cette réflexion devrait être amorcée par l'ensemble des acteurs culturels mêmes, et pas uniquement par les littéraires. Chacun des secteurs de la culture fonctionne en vase clos. Il serait plutôt temps qu'ils voient l'importance de créer un rapport de force, et de se mobiliser de concert pour agir auprès des pouvoirs publics, des médias, etc.

Quant à ce qui concerne plus particulièrement le rayonnement de la littérature, la réflexion mériterait, là aussi, de considérer plus que le rapport aux médias.

Comment enseigne-t-on la littérature ? Comment scolarise-t-on les jeunes, et plus particulièrement les garçons, puisque les études et les faits révèlent qu'ils ne lisent pas ? Dès l'école, une distance se crée entre la littérature et la population. Et cette distance, au bout du compte, se reflète dans les médias,

dit Claude Martin.

Mais la télé elle-même ne saurait faire l'économie de la réflexion. À cet égard, Cécile Bellemare souligne que, de fait, « les télé publiques ont des questionnements récurrents sur leur rôle ». Et d'ajouter : « La télévision publique sera pertinente pour autant qu'elle soit spécifique. » On serait tout justifié d'en conclure que les réseaux d'État ont d'autres devoirs que celui du seul divertissement.