

Crise des médias : pour un retour de l'audace Entretien avec Marie-France Bazzo

Mathieu Bélisle et Alain Roy

Numéro 83, hiver 2021

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/95839ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

L'Inconvénient

ISSN

1492-1197 (imprimé)

2369-2359 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Bélisle, M. & Roy, A. (2021). Crise des médias : pour un retour de l'audace : entretien avec Marie-France Bazzo. *L'Inconvénient*, (83), 45–50.

Crise des médias : pour un retour de l'audace

Entretien avec Marie-France Bazzo

PROPOS RECUEILLIS PAR **Mathieu Bélisle et Alain Roy**

Marie-France Bazzo, productrice et animatrice de radio et de télé bien connue, publie ces jours-ci, aux Éditions du Boréal, *Nous méritons mieux. Repenser les médias au Québec*, un essai critique qui invite nos médias à contrer la désaffection générale qu'ils subissent en élevant le niveau intellectuel de leurs contenus.

Vous commencez votre essai en écrivant : « Voici un livre qui n'enrichit pas ma banque d'amis. » Cette phrase nous rappelle que les livres qui se montrent critiques à l'endroit des médias sont plutôt rares, qu'il s'agit d'une entreprise risquée. Avez-vous l'impression que les médias sont capables d'autocritique ?

C'est un milieu qui se critique beaucoup, qui formule beaucoup d'observations sur ce qui ne va pas, mais qui le fait essentiellement derrière des portes closes. Ce que j'affirme dans mon livre, je sais que je ne suis pas la seule à le dire et à le penser, mais il est difficile de l'affirmer publiquement. Tout le monde a quelque chose à perdre à se livrer à ce genre d'exercice, aussi bien les chroniqueurs et les animateurs que les producteurs, parce que tous ces gens sont dépendants les uns des autres, que les statuts, dans ce do-

maine, sont fragiles. C'est pour cette raison, d'ailleurs, que je ne voulais pas me contenter de critiquer, que je voulais aussi proposer des solutions. Cela dit, si j'ose formuler des critiques, c'est que, jusqu'à un certain point, je considère que j'ai peu à perdre, parce j'ai déjà perdu beaucoup et que j'ai déjà gagné énormément, que je me trouve dans une position privilégiée, à cause de tout ce que j'ai vécu, produit, animé. J'ai soif d'une liberté de parole, et je ressens une certaine responsabilité : si je ne dis pas ce que j'ai à dire, qui le dira ?

Avez-vous une idée de la manière dont le livre sera reçu ? Pensez-vous qu'il fera polémique ?

Déjà, à partir des demandes d'entrevue, je peux voir se dessiner une espèce d'omerta. Évidemment, le livre n'est pas encore sorti

Marie-France Bazzo

NOUS MÉRITONS MIEUX

Repenser les médias au Québec



Essai Boréal

[NDLR : l'entrevue a été réalisée à trois semaines de la parution], mais on remarque déjà des endroits où le « non » a été catégorique : on n'en parlera pas. Et ce ne sont pas les plus petits endroits. Oui, le livre va déranger, et pourtant ça ne le devrait pas, pour la bonne raison que les problèmes que je dénonce sont reconnus par toutes sortes de gens du milieu médiatique qui se sentent brimés dans leur liberté de création, empêchés de faire des choses plus belles, plus étonnantes, plus aventureuses.

La « crise des médias » dont on parle depuis plusieurs années est certainement liée à la montée en puissance des GAFAM, qui a considérablement fragilisé le modèle d'affaires traditionnel, ce que vous reconnaissez d'emblée. Et pourtant, vous dites que ce facteur extérieur n'explique pas tout, qu'autre chose a changé. De quoi parlez-vous ?

La crise financière et structurelle liée à la montée des GAFAM est vraiment importante, on s'en rend compte tous les jours. Mais il y a une autre crise, une crise d'identité et d'identification : je constate chez le grand public un véritable désamour pour les médias, le sentiment de ne pas s'y reconnaître, si bien que, même si des taxes

étaient imposées aux géants, même si le partage des revenus était revu en faveur des petits joueurs, le problème demeurerait entier. La crise dont je parle a éclaté un peu partout dans le monde, et s'est accentuée au cours des cinq dernières années, quand aux États-Unis une partie du public a commencé à parler de *fake news*, quand les gilets jaunes, en France, ont décidé de s'en prendre aux représentants des médias à cause d'un bris de confiance, comme s'ils faisaient partie des élites dont eux-mêmes étaient les victimes. Bien des gens perçoivent dans les médias une sorte d'élite, formée de gens qui se tiennent et se reproduisent entre eux. Le fossé entre les médias et le public a grandi, c'est indéniable : les médias s'éloignent de plus en plus de leur public.

Vous parlez d'un éloignement politique ?

Un éloignement politique, mais aussi culturel, qui relève de l'ordre des sensibilités. Depuis longtemps déjà, on parle, ici et là, du fameux Plateau-Mont-Royal, où résideraient les membres des médias – avec une petite annexe à Saint-Lambert. C'est devenu une sorte de cliché, qui pourtant se vérifie encore. En pleine pandémie, ce printemps, quand on voulait traiter des difficultés des commerçants, du vécu des clients forcés de faire la file devant les commerces, de la complexité des règles sanitaires, et ainsi de suite, les journalistes de Radio-Canada et de *La Presse* allaient à l'Intermarché de la rue Boyer, comme si toute l'expérience en cette matière se concentrait là ! Personne n'allait au IGA à Longueuil, au supermarché de Pointe-aux-Trembles ou de Cartierville. Le propriétaire de l'Intermarché de la rue Boyer devenait l'unique porte-parole de cette nouvelle réalité. Non seulement on ne sortait pas de Montréal, mais on ne sortait pas du Plateau ! Le problème, c'est que plus les médias s'en tiennent aux zones qu'ils connaissent et fréquentent, plus ils perdent de leur crédibilité.

Pensez-vous que c'est volontaire ?

Non, ce n'est pas volontaire. C'est plutôt une sorte de réflexe. Je l'ai constaté au fil des années, dans la manière de construire des émissions : tout le monde, des animateurs aux chercheurs en passant par les

réalisateurs, cherche à proximité, dans son milieu, chez ses semblables, dans des universités montréalaises plutôt qu'à Sherbrooke ou même à Québec, en étant persuadé que la majorité s'y retrouvera. Mais dans les faits, on va au plus court, au plus facile, avec pour conséquence qu'on se retrouve avec des tables rondes où les membres des médias ne parlent qu'avec ceux qui leur ressemblent et partagent les mêmes opinions qu'eux. On s'imagine que le milieu journalistique montréalais représente ce que tout le monde pense. Or on s'est aperçu – entre autres au fil de quelques élections, dont celle de la CAQ – que notre monde si confortable et aseptisé ne correspondait pas à la réalité de la majorité. Bref, même si ce n'est pas volontaire, il faut reconnaître que les médias font preuve d'un certain aveuglement, et même d'impudence, dans la manière dont ils abordent de nombreux sujets.

Dans votre livre, vous soulignez le rôle des directeurs de programmation, qui possèdent un pouvoir énorme. Vous écrivez : « Quelques personnes décident de ce que nous allons tous regarder. » Diriez-vous que ces personnes sont responsables de ce que vous dénoncez ? Mais n'ont-elles pas aussi les mains liées, à cause des exigences concernant les revenus publicitaires et les cotes d'écoute ?

Vous avez raison, ce sont ces personnes qui décident, qui ont le dernier mot sur la programmation. Évidemment, elles savent bien qu'une émission qui met en vedette Christian Bégin, Guylaine Tremblay ou Pier-Luc Funk a toutes les chances de fonctionner – sans offense pour le talent réel de ces artistes. Il n'empêche qu'elles pourraient faire différemment. Des efforts sont déployés pour faire découvrir de nouvelles personnes, pour mettre en valeur la diversité que plusieurs réclament. Mais c'est extrêmement difficile. Parmi ces décideurs, il y a des gens brillants, talentueux, qui se soucient de ce qui se passe dans la société. Je pense à Denis Dubois, ancien directeur de programmation à Télé-Québec, qui vient de passer à TVA, où il doit relever le défi d'inno-

ver dans un cadre très formaté. Mais d'autres se bornent à ramener de la cote d'écoute – c'est d'ailleurs essentiellement pour cela qu'ils sont choisis.

La cote d'écoute, cela reste donc un facteur central ?

Oui. Parce que la télévision a perdu des parts de marché et que l'attention des consommateurs se porte sur un nombre toujours plus grand de plateformes et de réseaux. Les auditoires, en particulier chez les plus jeunes, les 18-35 ans, sont en chute libre. Voilà pourquoi les chaînes se copient entre elles, tentent par tous les moyens de reproduire les succès de leurs concurrentes, avec pour résultat que les émissions tendent à se ressembler de plus en plus.

Dans votre essai, vous relevez le caractère hautement prévisible des points de vue qui s'expriment dans les médias. Vous racontez, à la blague, avoir l'impression que, certains matins, un Politburo a envoyé à chacun des médias une directive concernant le contenu des chroniques et des éditoriaux, qui dès lors s'écrivent tout seuls, comme si les journalistes et les commentateurs devaient tous exécuter une figure imposée, en conformité avec leur « profil » (plus ou moins populiste) et leur position politique (plus ou moins à gauche ou à droite). Vous déplorez aussi le fait que les commentateurs adoptent de plus en plus souvent le ton de la prescription morale, qu'il ne s'agit plus seulement de nous donner matière à penser, mais de nous dire maintenant quoi penser, quoi aimer ou ne pas aimer, en fonction de critères idéologiques. Comment en est-on arrivé là ?

Cette tendance à la prescription est liée à la polarisation de la société québécoise. Elle est d'abord apparue à la radio et dans les journaux, et elle gagne désormais le monde télévisuel. Cette polarisation s'est développée à la faveur de la crise des accommodements raisonnables et du débat autour de la charte des valeurs de Bernard Drainville, et plus encore, je pense, avec les événements du printemps 2012, où chaque groupe

médiatique s'est mis à afficher toujours plus ouvertement ses couleurs, à mettre en valeur sa personnalité, son style, sa signature propres, à recruter et à mettre en scène des intervenants toujours plus alignés sur son camp, avec pour résultat que le sillon que chacun avait commencé à creuser est devenu un fossé, que nous avons assisté au déclenchement d'une véritable guerre.

Pourrait-on parler d'une repolarisation plutôt que d'une polarisation ? C'est comme si l'ancienne opposition fédéralisme/souverainisme s'était atténuée, et que le Québec était en train de découvrir de nouvelles sources d'opposition.

Oui, il y a plusieurs polarisations nouvelles. La plus structurante est sans doute celle qui oppose – pour schématiser – les identitaires aux diversitaires. Mais il faut aussi parler de l'opposition entre Montréal et le reste du Québec, qui est dramatique. Le problème, c'est que ces oppositions sont rentables, qu'elles génèrent non seulement des revenus considérables (des commentateurs comme Richard Martineau et Mathieu Bock-Côté, ça rapporte), mais des mouvements d'allégeance, avec leurs chapelles idéologiques. Il reste encore quelques individus, çà et là, qui s'écartent de la ligne, comme Isabelle Hachey à *La Presse* et Christian Rioux au *Devoir*, mais en général chacun prend son rang et n'en dévie pas.

Dans votre livre, vous évoquez une autre opposition, particulièrement originale, celle entre pureté et impureté. Vous écrivez : « À l'impureté qui dérange et provoque une saine remise en question, on préfère désormais la pureté castrante. » N'est-ce pas le désir de pureté qui est à la source de la polarisation, en ce qu'il empêche les nuances, gomme les ambiguïtés et les contradictions ?

Oui. On célèbre beaucoup la diversité, mais le problème, à l'heure actuelle, est qu'on privilégie une définition étroite, restrictive de la diversité, qui renvoie essentiellement à l'origine ethnique. Toutes les autres sources ou formes de diversité sont oubliées. Que fait-on de la diversité des idées et des opinions, de la diversité des

cultures et des sensibilités, de la diversité des classes sociales, de la diversité d'âge, de la diversité corporelle ? Toutes les diversités devraient être mises en valeur, pas seulement celle qui concerne l'origine. Sans compter que les individus eux-mêmes sont divers, multiples. Je ne connais personne qui pense de manière strictement idéologique, sauf dans les médias.

Voilà une affirmation très forte : personne, au fond, ne pense en système, personne ne prétend à la cohérence parfaite, personne n'est strictement ceci ou cela. Personne n'est pur...

Les gens ont des familles, des enfants, ils ont des parents, des amis, des voisins et des connaissances, des gens qui ne pensent pas comme eux, ne vivent pas comme eux, ont des intérêts souvent opposés, et pourtant ils parviennent à s'entendre, à faire société. Ils ont des intérêts variés, lisent des polars et des livres de recettes, sont traversés par des pensées contraires, et sont néanmoins capables de tenir une discussion intellectuelle de bon niveau. Les individus sont divers, sont complexes, et c'est cette complexité qui disparaît, en ce moment, au nom de la pureté.

Vous déplorez dans votre essai qu'il y ait trop d'opinions, et pas assez de débats. Pourtant, il ne manque pas de positions campées, de points de vue tranchés dans l'univers médiatique actuel, c'est même l'effet le plus manifeste de la polarisation dont nous parlons. Au cours des dernières années, nous avons entendu des avis très différents, et même diamétralement opposés, sur la grève étudiante de 2012, sur la charte de la laïcité, pendant l'affaire SLĀV, à propos du racisme systémique, puis, tout récemment, du fameux « mot en n » prononcé par une professeure de l'Université d'Ottawa. Qu'est-ce qu'il manque pour qu'il y ait un vrai débat ?

Il manque de lieux pour débattre, de lieux de rencontre où les points de vue divergents, opposés, pourraient se mesurer les uns aux autres. Je pense aussi que nous sommes tellement remontés, tellement *crinqués* idéologiquement qu'il n'y a pas

d'espace pour la discussion. Rappelons-nous la controverse autour de *SLĀV* : les positions étaient tellement radicales, dès le départ, qu'il n'y avait pas de lieu physique (journal, émission) pour se rencontrer, qu'il n'y avait à vrai dire même pas d'intention de rencontre. Dans bien des émissions censées permettre le débat, *La joute* par exemple, nous sommes plutôt dans le divertissement, dans le simulacre de débats. On cherche le choc spectaculaire, qui tient du dialogue de sourds, où l'enjeu est précisément de ne rien concéder à son adversaire. Or, à mes yeux, un vrai débat doit avoir quelque chose de constructif, au moins dans sa forme : il doit permettre aux opinions de se rencontrer, et à chacun de se faire une idée à partir des échanges, d'intégrer dans son propre argumentaire des idées venues de l'autre. Curieusement, pendant longtemps, on a cru que le Québec formait une société trop consensuelle pour être capable de débattre ; aujourd'hui, on dirait que c'est le contraire : c'est une société trop polarisée pour être en mesure de débattre.

Le débat n'est-il pas piégé aussi par la nécessité de ne pas perdre la face ? Même en France, les fameux clashes entre intellectuels qui font les manchettes sont souvent des guerres d'ego. Autrement dit, n'est-ce pas rêver de croire que le débat peut être mené sereinement, avec sincérité, dans le but d'un enrichissement mutuel ?

Je pense qu'il est possible de le faire. Les médias disposent d'un grand arsenal, qui leur permet de rendre les débats riches, divertissants. On peut créer des plateaux de discussion, on peut construire des sortes d'affrontements, avec des camps bien tranchés, sur le mode de la compétition. Mais on peut aussi créer des émissions télévisées qui visent simplement à parler de livres, qui les présentent, en discutent, permettent de plonger dans la pensée d'un auteur pour en approfondir le sens et la portée, des émissions, au fond, qui cherchent à nous élever. Et il est certain que de telles émissions auront un effet favorable sur la « santé » du débat public : des auditeurs vont tirer quelque chose des idées ainsi échangées, vont les intégrer à leur propre pensée, les

mobiliser dans leurs discussions. Si, par exemple, un proche brandit des arguments complotistes et que j'ai entendu parler d'un livre qui fait la lumière sur le mode de pensée complotiste, j'aurai les moyens de répondre, parce que j'aurai entendu parler de ces questions. Plutôt que d'envoyer paître mon interlocuteur, de rompre tout lien avec lui, je pourrai au moins lui fournir des contre-arguments éclairants, utiles, pour remettre en question ses propres présupposés. Peut-être d'ailleurs faudrait-il prendre exemple sur le sport pour se donner confiance : dans ce domaine, les débatteurs sont capables de défendre un point de vue informé, fondé sur des faits et des observations, de parler de manière raisonnée, sans qu'à la moindre contrariété ils en viennent aux insultes et aux coups.

Un 110 % pour intellectuels ?

(*Rires.*) Il faut être capable de rêver. Il y a de l'espace pour des émissions de débat et de réflexion ; pas nécessairement à l'heure de grande écoute, là où les réseaux placent leurs séries populaires, mais certainement dans des cases horaires moins fréquentées. Le phénomène des balados est riche d'enseignements : les balados sont immensément populaires, à l'heure actuelle, parce qu'on y fait preuve d'imagination et de créativité, qu'ils constituent des espaces de liberté et d'exigence. On y pousse la réflexion plus loin, là où les émissions grand public demeurent souvent en surface. Les balados sont la preuve qu'il y a un appétit pour autre chose, et pour mieux.

Mais en même temps, les balados ne sont-ils pas l'illustration de l'éclatement de l'offre médiatique, la preuve qu'il faut faire notre deuil de ces grands rendez-vous télévisuels qui réunissaient un grand public – de tous âges, milieux, origines ?

Oui et non. La pandémie a montré que la télévision pouvait encore jouer un rôle rassembleur. Pendant le confinement, les points de presse quotidiens du premier ministre Legault étaient suivis par des millions de personnes. Des émissions grand public comme *Occupation double* et *La voix*, des grands matchs sportifs, des

débats politiques lors des élections attirent des spectateurs nombreux, issus de toutes les générations. Mais c'est vrai que les acteurs du milieu persistent à concevoir leurs émissions dans le but de rejoindre le plus grand nombre, à partir d'études de marché et de projections, en visant une sorte de téléspectateur type, qui aurait un âge hypothétique de quarante-sept ans et vivrait hypothétiquement sur le Plateau ou en banlieue. La survie de la télévision, et des médias en général, passe peut-être par la recherche de publics plus ciblés. Plutôt que de viser monsieur et madame Tout-le-Monde et de ne parler à personne (ou presque), il vaut sans doute mieux chercher à rejoindre des groupes plus précis, les amoureux de science, les amateurs de littérature ou les passionnés de politique, par exemple, et leur parler vraiment.

Est-ce que les médias sous-estiment l'intelligence du public ?

Nettement. Ça, c'est clair. Mon titre le dit : *Nous méritons mieux*. Le « mieux » renvoie à cette aspiration à devenir meilleur. « Méritons », parce que nous avons le droit d'entendre parler de ce qui nous intéresse, d'autant que nous payons pour les médias, par le biais des subventions et des crédits d'impôt, sans compter les dons et les frais d'abonnement. Bref, il n'est pas du tout déplacé d'exiger mieux. C'est un droit.

Que faire pour que les choses changent ? Faut-il protester, écrire des lettres aux journaux, simplement se désabonner ?

Le paradoxe du mouvement actuel de désabonnement et de délaissement des médias traditionnels au profit des nouveaux médias, qui nous pousse vers les balados, les séries sur Netflix et les informations glanées sur toutes sortes de plateformes, c'est qu'il aggrave le problème dont nous parlons, qu'il agit dans le sens contraire de celui qui est souhaité. La désertion d'une part de plus en plus importante du public, qui est une

forme de protestation silencieuse, ne provoque aucun changement : les cotes d'écoute diminuent et les directeurs d'information, voyant cela, se contentent de reproduire à tout prix et de manière désespérée ce qui fonctionne déjà, se tournent vers des « valeurs sûres », des *remakes*, par peur de voir les cotes baisser encore davantage. Bref, il faut espérer que des cris du cœur comme celui que je lance avec ce livre soient entendus, que l'avis des producteurs soit considéré, que la méfiance grandissante qui s'exprime depuis quelques années soit prise au sérieux par les acteurs du milieu.

Le but de votre livre, c'est donc d'en appeler à une remise en question, de provoquer le changement ?

C'est de rappeler que le changement est possible, que le Québec regorge de talent et de créativité, dans tous les domaines, que nous avons les moyens de faire mieux, que des intervenants intéressants, stimulants, existent et sont là, prêts à servir. J'espère avoir montré dans mon livre à quel point nous pouvons compter sur des ressources extraordinaires. ■