

Cotes d'écoute et politiques de programmation

Normand Ouellet

Number 46, November–December 1989

Cinéma documentaire

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/24473ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Ouellet, N. (1989). Cotes d'écoute et politiques de programmation. *24 images*, (46), 22–22.

COTES D'ÉCOUTE ET POLITIQUES DE PROGRAMMATION

PAR NORMAND OUELLET

L'un des points de rencontre obligé entre le documentaire et la télévision concerne la question des mesures d'audience et la problématique qu'elle induit. En effet, les enquêtes sur les habitudes d'écoute laissent croire que le téléspectateur est imperméable au documentaire d'auteur, et les télédiffuseurs invoquent ces résultats pour justifier l'absence d'un créneau qui lui soit consacré au sein des grilles horaires qu'ils nous proposent.

Parallèlement, ces enquêtes nous disent que des séries sur la vie des bêtes et les voyages exotiques font bonne figure au box-office. Mais voilà, ces sujets n'intéressent pas les documentaristes.

Ce qui a toutes les apparences d'un dialogue de sourds entre le public et les réalisateurs indépendants n'est peut-être qu'un mirage puisque ces mesures d'écoute sont quantitatives. Elles colligent bien la fidélité d'un auditoire à ce qu'on lui propose mais elles ne disent rien sur leurs motivations, leurs désirs ou leur profils. C'est pourquoi on ne peut que réclamer des mesures d'audience qualitatives qui puissent nous fournir une image plus détaillée et nuancée du téléspectateur.

Un rapport récent réalisé par Michel Houle révèle que les Québécois préfèrent les longs métrages de fiction et les documentaires à tout autre type d'émission¹. Ce cas n'est pas unique, puisque, par exemple, en Grande-Bretagne, Channel Four, un télédiffuseur public, grâce à une programmation documentaire bien ciblée, a débusqué de nouveaux téléspectateurs dont on ne soupçonnait pas l'existence.

Les mesures quantitatives laissent croire que le public est monolithique, homogène et abstrait. En réalité, elles servent avant tout les intérêts corporatifs : ceux de la publicité et les

télédiffuseurs qui en tirent leur subsistance. Pour les uns et les autres l'assiduité des auditeurs est érigée en norme absolue et elle préside à l'évaluation de la valeur marchande du temps d'antenne.

Traditionnellement, le secteur public a pu minimiser ces contraintes de la rentabilité grâce aux mandats politiques qui lui sont ordinairement dévolus (éducation et formation du citoyen). On s'attendrait dès lors à y trouver de meilleures dispositions pour diffuser des documentaires d'auteur. Il n'en est rien et cette distinction privé/public s'estompe graduellement depuis que nos gouvernements néo-libéraux ont soumis les chaînes publiques aux mêmes exigences de rentabilité.

Bref, des sondages configurés pour les besoins corporatifs (privés ou publics), combinés à une politique de programmation néo-libérale, ont ainsi façonné une « vox populi » de papier que les télédiffuseurs érigent en lobby omnipotent et devant lequel les documentaristes indépendants sont démunis.

Il est donc impératif, comme l'ont fait les participants au « Documentaire se fête », de réclamer la création d'un lobby mandaté pour défendre et promouvoir les productions indépendantes auprès des télédiffuseurs, à défaut de pouvoir contester la légitimité des pratiques de sondage qui fournissent néanmoins un feed-back à tous les intervenants. Il est par contre illégitime de faire du seul « goût du public » ainsi défini une politique responsable de la programmation, lorsque ces méthodes quantitatives de recension font du téléspectateur un être irresponsable et sans jugement. ■

1. Houle, Michel, *Étude sur la production documentaire indépendante de langue française au Québec 1978-87*, page 69.



La turlute des années dures
de Richard Boutet et Pascal Gélinas. Documentaire musical qui a reçu le prix Ouimet-Molson pour le meilleur long métrage québécois en 1983.