

Yves THÉORÊT, Antoine CHAR, Margot RICARD, dirs,  
*Born in the USA. Les médias québécois sous influence*

Sainte-Foy, Presses de l'université du Québec, 2009, 144 p.

Sophie-Hélène Goulet

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/253>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.253](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.253)

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 30 juin 2010

ISBN : 978-2-8143-0024-8

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Sophie-Hélène Goulet, « Yves THÉORÊT, Antoine CHAR, Margot RICARD, dirs, *Born in the USA. Les médias québécois sous influence* », *Questions de communication* [En ligne], 17 | 2010, mis en ligne le 23 janvier 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/253> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.253>

---

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

---

# Yves THÉORÊT, Antoine CHAR, Margot RICARD, dirs, *Born in the USA. Les médias québécois sous influence*

Sainte-Foy, Presses de l'université du Québec, 2009, 144 p.

Sophie-Hélène Goulet

---

## RÉFÉRENCE

Yves THÉORÊT, Antoine CHAR, Margot RICARD, dirs, *Born in the USA. Les médias québécois sous influence*. Sainte-Foy, Presses de l'université du Québec, 2009, 144 p.

- <sup>1</sup> *Born in the USA. Les médias québécois sous influence* est le fruit de la seconde édition de l'Annuelle de l'école des médias de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) réalisée en 2007. Le but de cette rencontre de deux jours était de dresser un bilan sur l'influence américaine concernant l'expression culturelle et les médias d'information au Québec. Ainsi des chercheurs et professionnels (journalistes, consultants en communication ou encore comédiens) ont-ils voulu mettre en évidence comment « les États-Unis [influençaient] notre culture, mais comment aussi, les autres cultures canadienne et québécoise, et leurs représentants, [pouvaient] être en mesure de tirer leur épingle du jeu et de mettre en doute l'idée d'une homogénéisation culturelle américaine sur la planète » (p. 2) autour de six grands thèmes. La création de la télévision aux États-Unis a influencé d'autres télévisions du monde. Toutefois, le caractère distinct de la société québécoise, en l'occurrence la barrière linguistique, a permis de conserver une certaine distance dans le domaine télévisuel. C'est de la sorte que les questions de l'hyperpuissance, de la communication républicaine, des médias américains, de l'expérience culturelle, de la télévision en crise et du « travailler à l'américaine » ont été traitées.
- <sup>2</sup> La première partie de l'ouvrage, celle de l'hyperpuissance, fait état de l'hégémonie américaine. Charles-Philippe David, professeur au département de science politique, remet en question la « politique impériale » (p. 11) ou plutôt le contrôle du système

international en illustrant le cas irakien. Il précise que « la domination américaine dans les domaines militaire et stratégique est absolument inégalée dans l'histoire [...] et que les dépenses des États-Unis en matière de défense [ont représenté] pratiquement 50 % des dépenses mondiales dans ce domaine » (p. 14). En effet, le budget militaire américain aurait avoisiné les cinq cents milliards de dollars en 2007. À ce sujet, les principaux rivaux, comparables au cas américain, malgré des budgets liés à la sécurité, compris entre quarante et soixante millions de dollars seraient la Chine, le Japon, la France, la Grande-Bretagne et la Russie. Claude-Yves Charron, spécialiste des médias, enchaîne du reste, avec une affirmation choc, à savoir « qu'un conflit militaire direct aura lieu (entre la Chine et les États-Unis) au moment qu'ils jugeront opportun » (p. 19). Mais, il conclut judicieusement en affirmant que penser la communication à partir de l'international et favoriser la médiation à l'instar de la confrontation amènera à éviter certains affrontements.

- 3 La deuxième partie aborde la question de la communication républicaine où il est montré que la plupart des premiers médias québécois ont bel et bien été directement sous influence étatsunienne (pp. 39-63). Toutefois, le fait de communiquer démocratiquement, dans un esprit républicain, témoigne d'une nouvelle approche qui se traduit, ici, par la devise de Voltaire : « Osez penser par vous-mêmes ! ». Quant à René-Jean Ravault, il explique, dans une contribution intitulée « "Le Québec libre" sous influences? » (pp. 47-60) que les Québécois qui n'ont cherché à s'inspirer ni des Américains, ni des Français, « ont spontanément fait une excellente synthèse des deux modèles » (p. 58). Néanmoins, dans la culture québécoise, tout comme dans la culture américaine, l'engagement – c'est-à-dire la conclusion d'ententes et d'accords, les prises de décisions, d'un point de vue politique – se fait intrinsèquement par la prise de parole et non par la signature, strictement écrite, de « contrats ». Dans cette optique, les Québécois sont indubitablement Américains. Par ailleurs, John R. Mac Arthur, président et éditeur du *Harper's Magazine*, qualifie la plupart des journalistes américains de « fonctionnaires au service du pouvoir » (p. 69). Le journalisme écrit serait donc avant tout politique. Celui-ci pratiquerait l'autocensure et discréditerait le public américain. Les capacités nucléaires supposées de Saddam Hussein en auraient été la preuve. Richard Héту, journaliste au quotidien québécois *La Presse*, indique, pour sa part, que « la fameuse objectivité qu'on prêtait aux journalistes américains semble avoir été remplacée par un journalisme de combat, de parti » (p. 76). Au fil du temps, la presse américaine adopterait de la sorte un modèle davantage européen et les journaux ou chaînes télévisuelles seraient choisis pour incarner des tendances, voire des lignes de pensée. Dès lors, que reflèteraient les médias québécois? Seraient-ils également en train de se rapprocher d'un archétype européen? Qu'en serait-il de l'objectivité et de la neutralité des médias québécois d'un point de vue politique? Ces questions pourraient être une continuité à la réflexion menée à la suite de ces interventions.
- 4 Différentes situations d'expériences culturelles sont analysées dans la quatrième partie. La plus significative et typique est celle du cas du Cirque du Soleil. L'hypothèse émise est la suivante : « Le Cirque est-il la quintessence de la réussite culturelle québécoise ou plutôt une grosse machine du *show-business* américain? » (p. 82). Le bilan qui est dressé ici est que le Cirque du Soleil est, sans nul doute, une fierté pour les Québécois, même si celui-ci suscite également la polémique car le Cirque du Soleil semble s'être, au fil du temps, trop américanisé à force de mettre en exergue création artistique et management. Mais selon l'auteure, il apparaît que non, le Cirque ayant su conserver sa fibre québécoise tout en associant un croisement d'influences et de pratiques autres

qu'américaines. Dans le registre des industries culturelles, la cinquième partie aborde la situation de la télévision québécoise. Celle-ci serait en crise et en appellerait « au retour des Américains ». Certes, il y a quelques années, des émissions comme *La Petite Vie* ou encore *Un gars, une fille*, pouvaient rassembler des millions de téléspectateurs. Mais, aujourd'hui, « la télévision généraliste est en crise, en grande crise » (p. 109), comme l'évoque Thérèse David, consultante en communication. C'est pourquoi, la réglementation du Fonds canadien de télévision doit changer : les productions télévisuelles américaines risquent de s'imposer de plus en plus, et ce, au détriment des productions canadiennes et québécoises. Du côté des canaux spécialisés, il en va tout autrement : ceux-ci « vont très bien financièrement » (p. 115), puisqu'ils jouissent principalement de deux sources de revenus : la publicité et les frais d'abonnement. Vincent Leduc, vice-président à la production et producteur exécutif à Zone 3, chef de file de la création et de la production télévisuelle et cinématographique au Québec et au Canada, répond, quant à lui, que « la nouveauté, c'est la mondialisation, qui n'est pas uniquement américaine. Les grands succès de télé-réalité sont européens ou australiens » (p. 122). La télévision américaine, bien que foisonnante, laisse donc place à d'autres concepts et idées dans toutes les télévisions du monde.

- 5 La dernière partie, « Travailler à l'américaine », traite du thème de l'influence de la télévision américaine dans les séries télévisuelles québécoises et relate également les relations de travail entre Américains et Québécois dans les domaines audiovisuels. Le rythme et la façon de travailler au Québec se rapportent à la méthode américaine mais les productions québécoises y sont souvent très locales, typiques et incomparables, si bien qu'elles ont souvent du mal à s'exporter. De la même façon, les Québécois consomment beaucoup de films américains, mais interprétés par des acteurs québécois. Les productions diffusées dans un Québec francophone doivent donc être adaptées « culturellement » aux attentes et demandes du public.
- 6 Yves Théorêt conclut qu'aucun pays au monde ne peut échapper à l'influence américaine, ni même à la mondialisation. Le Canada, et ici plus particulièrement le Québec, se trouve considérablement touché, étant donné la proximité géographique et culturelle des deux nations. Néanmoins, le Québec regorge de talents et d'idées novatrices. De même, il a su « profiter » de cette situation, c'est-à-dire de l'influence américaine presque inévitable, et développer, au fil du temps, une façon qui lui est propre pour produire son cinéma, sa télévision, sa presse écrite. Cependant, la Belle Province doit garder l'œil ouvert sur les productions culturelles américaines afin de confirmer et protéger son originalité et sa spécificité.

---

## AUTEURS

SOPHIE-HÉLÈNE GOULET

CREM, université Paul Verlaine-Metz [sophiehelene@hotmai.com](mailto:sophiehelene@hotmai.com)