



CONSULTATION DANS LA RÉGION DE MONTRÉAL
18 et 19 octobre 1982

*1. Rencontres avec des animateurs, des
journalistes et des propriétaires
et administrateurs de médias.*

RAPPORT

CONSEIL DE LA LANGUE FRANÇAISE

CONSULTATION DANS LA RÉGION DE MONTRÉAL
LES 18 ET 19 OCTOBRE 1982

1. Rencontres avec des animateurs, des journalistes et des propriétaires et administrateurs de médias.

RAPPORT

SECRETARIAT DU CONSEIL

Cet ouvrage a été publié par
le service des communications
du Conseil de la langue française

Dépôt légal - 2^e trimestre 1983
Bibliothèque nationale du Québec

ISBN 2-550-10019-0

TABLE DES MATIÈRES

TITRE	PAGE
Présentation	5
Introduction	9
1. Rencontre avec des animateurs	11
2. Rencontre avec des journalistes	27
3. Rencontre avec des propriétaires et administrateurs de médias	57
4. Conclusion	71
Annexes	
- Liste des participants	79
- Sujets de discussions suggérés	81

P R É S E N T A T I O N

Au cours des trois dernières années, le Conseil de la langue française a organisé des rencontres de consultation dans les régions du Saguenay — Lac-Saint-Jean, de l'Estrie, de la Mauricie et de Hull. Il s'agissait alors pour le Conseil de s'informer de l'évolution des situations linguistiques vécues en région depuis l'adoption de la Charte de la langue française, de permettre aussi aux populations visitées, en particulier les groupes organisés et les associations, de s'exprimer librement sur les conditions de l'avenir du français au Québec. En réalisant ces rencontres, le Conseil ne visait aucunement à recueillir des résultats de recherche scientifique, il cherchait avant tout à déceler les tendances qui ont cours dans la région visitée, à identifier les problèmes communs ou les perceptions courantes, à relever les suggestions les plus largement appuyées.

Pour la région de Montréal, l'organisation de telles rencontres de consultation soulève des difficultés que l'on ne rencontrait pas en région, notamment à cause du volume important de la population, de la variété des groupes ou des associations intéressés aux questions linguistiques, de la diversité des problèmes linguistiques dans la métropole, etc. Se posait alors pour le Conseil la question suivante: qui rencontrer et quels thèmes aborder pour obtenir, des groupes et des associations, une image ponctuelle mais vivante de l'ensemble de la situation de la langue à Montréal?

Le comité du Conseil responsable des consultations a alors envisagé d'échelonner les rencontres sur une période de deux ans et de

rencontrer à ces occasions des groupes restreints de personnes représentant un milieu de vie, un secteur de travail, un type de regroupement de citoyens, un domaine d'activités socio-culturelles. Le comité a aussi décidé d'aborder divers thèmes de discussion correspondant à différents aspects de la situation linguistique montréalaise, par exemple:

- les médias et l'avenir de la langue dans le grand Montréal;
- l'influence de la publicité sur la langue des consommateurs montréalais;
- la possibilité d'obtenir des services de santé et des services sociaux en français partout à Montréal;
- l'enseignement du français, langue maternelle;
- l'enseignement du français, langue seconde;
- les services et les sports en français;
- le rôle des universités et l'avenir du français dans l'enseignement supérieur et la recherche;
- le visage français de Montréal et le tourisme;
- la langue de travail dans les entreprises et les administrations;
- les associations vouées à la promotion de la langue française;
- etc.

Pour amorcer cette série de consultations, le Conseil a choisi de rencontrer les journalistes de la presse écrite et électronique, les animateurs de la télévision et de la radio ainsi que les propriétaires et administrateurs de médias. En faisant ce choix, le Conseil décidait aussi d'échanger sur la situation linguistique de la région de Montréal avec ceux qui, à cause de leur profession et de leurs responsabilités

maintiennent des contacts constants avec la population du grand Montréal et sont aussi des témoins importants de l'évolution de la société québécoise.

Les sujets abordés au cours de trois séances de discussions ont été nombreux et peuvent être regroupés sous trois thèmes. Les participants nous ont d'abord fait part des problèmes qu'ils rencontrent sur le plan linguistique dans l'exercice même de leur métier. Des questions comme celles de l'importance accordée à la qualité du français, des contraintes et la traduction, des possibilités de perfectionnement, des exigences linguistiques des lecteurs, etc. ont permis aux membres du Conseil de mieux saisir les difficultés de la profession de journaliste et d'animateur. L'analyse de la situation linguistique de la région de Montréal a aussi donné lieu à des échanges fructueux tant au point de vue de l'évaluation du statut de la langue que de sa qualité. Enfin, les participants se sont interrogés sur l'avenir du français dans la région de Montréal, en essayant de mettre en évidence les conditions et les actions qui pourraient l'assurer.

Dans ce document on trouvera les comptes rendus des trois séances de travail tenues respectivement avec les journalistes de la presse écrite et électronique, les animateurs de la télévision et de la radio et les propriétaires et administrateurs des médias. En conclusion, dans une brève synthèse, sont présentées les principales caractéristiques de chacune de ces séances et les points de convergence et de divergence notés entre les interventions des diverses catégories de participants.

Il nous reste à remercier tous ceux qui ont participé à un titre ou à un autre à cette rencontre de consultation, tout d'abord les journalistes, animateurs, propriétaires et administrateurs qui, par leurs

interventions, leurs interrogations et leurs propositions, ont permis au Conseil de mieux comprendre la situation linguistique de la région de Montréal. Nos remerciements s'adressent aussi aux organisateurs de la rencontre et à la rédactrice de ce rapport, madame Elisabeth Durand.

Le secrétaire
Gérard Lapointe

I N T R O D U C T I O N

Le Conseil de la langue française a choisi, pour entreprendre sa série de consultations à Montréal, de rencontrer les divers artisans des médias, dans le but d'avoir, par leur intermédiaire, un coup d'oeil privilégié sur la situation linguistique dans la région de Montréal.

Trois groupes de personnes, regroupées selon leurs activités professionnelles, ont été conviés à rencontrer le Conseil à Montréal les 18 et 19 octobre 1982: les animateurs de la radio et de la télévision, les journalistes de la presse écrite et parlée et les administrateurs ou dirigeants d'entreprises de presse ⁽¹⁾. La réponse de ces différents groupes a peut-être été moins enthousiaste ou moins massive que souhaitée, il n'en reste pas moins que les interlocuteurs présents ont apporté des éclairages variés et pertinents sur les sujets abordés.

Les sujets discutés ont été traités différemment par les trois groupes, chacun ayant tendance à discuter surtout de thèmes reliés à sa profession.

Méthodologiquement, nous nous sommes contentés d'organiser les discussions, de regrouper les interventions autour de thèmes, de juxtaposer les commentaires pertinents les uns aux autres. Devant la petitesse des groupes rencontrés et compte tenu du fait que ces opinions exprimées étaient individuelles et non représentatives d'un milieu ou d'une profession, nous avons fait comme si nous étions en présence d'entrevues individuelles, c'est-à-dire que nous avons rapporté toutes les opinions, toutes les idées, même celles qui se contredisaient sans chercher à en faire la synthèse. Lorsqu'un commentaire était partagé par le groupe, nous l'avons mentionné, mais

nous avons aussi rapporté tous les autres commentaires individuels lorsque pertinents au sujet.

(1) La liste des personnes présentes figure à la fin du rapport.

1. RENCONTRE AVEC DES ANIMATEURS

Le groupe des animateurs présents à la rencontre était composé de quatre personnes dont une chercheuse. Tous les réseaux privés et publics de radio et de télévision n'ont pu, cela va de soi, être représentés au sein d'un groupe aussi restreint. Cependant, deux des quatre interlocuteurs ont une longue expérience acquise dans plusieurs stations de radio et de télévision, ce qui peut, dans une certaine mesure, compenser pour les absences de cette soirée-là.

Pour rendre compte de la discussion, nous avons regroupé les interventions par thèmes, que nous présenterons dans l'ordre suivant:

1. les animateurs et leur métier
2. l'importance accordée à la qualité du français
3. l'influence des médias sur les usages linguistiques de la population
4. l'évolution de la situation linguistique à Montréal
5. les opinions sur les mesures gouvernementales
6. l'avenir des médias de langue française
7. les suggestions et les propositions d'action

Tous les thèmes n'ayant pas reçu un traitement égal, certaines sections seront plus volumineuses que d'autres.

1.1 Les animateurs et leur métier

1.1.1 Comment les animateurs perçoivent leur métier

"La langue c'est notre outil de travail", "c'est la langue française qui me fait vivre". C'est un fait. Mais si les animateurs ont pour rôle de parler, d'autres ont celui de les écouter. Ils sont donc là pour communiquer, pour entrer en contact avec le public, se faire comprendre de lui et éventuellement, lorsque les émissions poursuivent ce but, faire parler les gens, les aider à s'exprimer.

Dans ce but, naturellement, l'animateur cherche à s'ajuster au niveau de langage de ses interlocuteurs; il veut être compris de son public. Mais cela ne veut pas dire qu'il faille verser dans le facile ou dans le populaire à tout prix.

De plus, pour être compris, pour que le message passe, la langue ne suffit pas, il faut mettre les gens en confiance, ne pas les considérer avec infériorité, comme dans une relation professeur-élève, par exemple. C'est ainsi que l'on favorise également l'expression des gens, qu'ils se sentent assez à l'aise pour parler à la télévision et avec les mots qu'il faut. L'animateur voit l'importance de son rôle dans de telles situations où le dialogue avec l'auditoire ou des interlocuteurs fait partie du métier.

Les animateurs ont caricaturé les deux styles de communication qui sont utilisés à la télévision comme suit: d'un côté, Radio-Canada qui veut montrer aux gens comment bien parler, mais qui rejoint un public restreint, de l'autre, Télé-Métropole qui atteint le grand public en utilisant une langue plus populaire, plus "relâchée". La langue doit être au service de la communication qui reste la raison d'être du discours.

1.1.2 Les contraintes du métier

Si l'animateur est un communicateur, il est aussi un improvisateur. Il fabrique son texte à mesure, à partir de notes ou de recherches préalables mais ne lit pas un texte écrit d'avance. C'est une exigence impérieuse, "on ne peut pas se corriger, se reprendre, il faut être bon tout le temps".

C'est un métier aussi qui se pratique en solitaire. Un seul animateur a indiqué qu'il avait reçu, et très peu souvent, des commentaires favorables de la direction d'une des stations où il travaillait et que, à l'occasion, des collègues lui demandent conseil.

1.2 L'importance accordée à la qualité du français par les animateurs

Tout en déplorant qu'elles soient si peu nombreuses autour de la table, les personnes présentes ont toutes manifesté un grand intérêt pour la qualité du français: "j'essaie de corriger mes anglicismes"; "j'ai toujours cherché à utiliser le terme juste, que tout le monde pourrait comprendre". Encore une fois, il ne s'agit pas d'être pédant ou élitiste mais d'utiliser un langage clair, juste, exact dans ses termes et ses tournures et qui soit le langage des gens par opposition à une langue importée ou littéraire qui sonne faux: "j'ai toujours refusé de parler une langue qui n'était pas la nôtre", "il s'agit de parler la même langue qu'eux (les gens), c'est la langue que nous parlons tous".

"Je parle de la même façon en dehors de mon travail, chez moi, c'est la langue française qui me fait vivre, je vis avec ça", si on veut que notre langue soit vivante, elle doit faire partie de nous intégralement, pas seulement durant les heures de travail, comme cela a été constaté chez des collègues.

Puisque la langue est leur outil de travail, les animateurs souhaitent maintenir cet outil dans le meilleur état possible. A la question de savoir si le public a fait connaître aux animateurs ses réactions concernant la qualité du français utilisé, les animateurs répondent qu'ils ont peu de manifestation du public à cet égard, "4 ou 5 lettres en cinq ans" de dire l'un d'entre eux; les autres n'ont rien mentionné à ce sujet.

1.3 L'influence des médias sur les usages linguistiques de la population

Pour les animateurs, il ne fait aucun doute que les médias ont une influence, et une très grande, sur la langue parlée au Québec.

Mais pour cela il aura fallu que ces médias véhiculent une langue juste, la langue de tout le monde, et se départissent de cette autre langue plus littéraire et plus française, à l'instar de celle utilisée dans les collèges classiques, que l'on entendait sur les ondes au début de la radio et de la télévision. Cet ajustement s'est fait avec le temps même s'il en reste encore aujourd'hui des vestiges, dans certains télé-romans par exemple.

1.3.1 Les médias ont amélioré l'expression orale de la population

D'après les animateurs, il ne fait aucun doute que si les gens s'expriment davantage et mieux qu'il y a 20 ans, c'est à la radio et à la télévision qu'ils le doivent. En s'identifiant à telle ou telle vedette de la télévision, le public cherche à l'imiter, à parler comme elle; ainsi lorsqu'on "fait attention à ce qu'on dit, on oblige les autres à faire la même chose", c'est, en quelque sorte, une stimulation à mieux parler. Un des animateurs présents attribue à un auteur en particulier un rôle de cet ordre; par son parler franc, direct, il a créé un climat de confiance qui a encouragé les gens à s'exprimer dans leurs mots, tout en faisant attention à leur langage. "On a dû s'améliorer en suivant ses télé-romans", "si tous nos auteurs avaient fait de même la langue se porterait mieux". Les médias donnent le ton, l'accent, l'expression qui sera reprise par l'ensemble de la population (ex: messages publicitaires), d'où l'importance de soigner son langage, de se servir d'expressions justes, de donner l'exemple lorsqu'on est animateur. Selon les animateurs, c'est un fait acquis que le français oral s'est beaucoup amélioré chez les jeunes et les moins jeunes, "que l'on s'exprime avec beaucoup plus d'aisance et de vocabulaire".

1.3.2 Les médias ont répandu l'usage de la parole

Plus généralement, les médias parlés ont contribué à valoriser la parole, à en encourager l'usage. La prise de parole a progressé,

c'est indéniable, au cours des vingt dernières années; les gens s'expriment mieux et davantage aussi même si, comme plusieurs insistent pour le faire remarquer, le fond de la langue était déjà là, potentiellement et était excellent. Ce qui fait que lorsque les gens ont été placés en situation de s'exprimer, ils l'ont fait de façon tout à fait remarquable: "les Québécois parlent bien, ils ont les mots, je n'ai pas besoin de faire de recherche lorsque je m'exprime, je parle la langue de tout le monde; il suffit simplement d'avoir du vocabulaire".

Est-ce une réalité ou une impression de penser que l'on se parle davantage? demande un intervenant, puisque tout le monde écoute quelque chose (radio télévision) plutôt qu'il ne parle. Cet avis n'est pas partagé par les autres personnes présentes autour de la table: "je n'ai pas de preuve mais il y a 50 ans les femmes étaient complètement silencieuses, les hommes étaient de peu de mots". Aujourd'hui, même les personnes qui n'ont pas l'habitude de parler, celles dont la condition sociale ne favorise pas l'expression, savent s'exprimer. Un cultivateur, une ménagère qu'on interviewe savent parler, raconter leurs expériences de vie dans un langage précis et clair. Et la radio et la télévision ont une part de responsabilité dans cette évolution; cela ne fait aucun doute pour les animateurs.

1.3.3 Les médias ont contribué à valoriser la langue

Plus globalement encore, les médias ont permis de revaloriser la langue québécoise et de rendre les gens fiers de la leur. Beaucoup de francophones avaient honte de leur langue, "ils n'osaient pas l'utiliser devant le monde", ils ressentaient comme une infériorité le fait de parler cette langue-là et de ne connaître qu'elle. Mais depuis qu'ils l'ont entendue à la télévision — notamment dans des télé-romans — ils ont réalisé "qu'ils ne parlaient pas si mal que ça puisqu'on les copiait". Ils trouvaient même que c'était beau. Ils n'ont plus peur aujourd'hui de s'exprimer puisque "leur langue est

celle qu'ils ont entendue à la télévision", qu'elle a acquis ses lettres de noblesse de cette manière et ils en sont fiers.

1.3.4 La langue écrite souffre-t-elle de cette recrudescence de l'expression orale?

Les animateurs s'inquiètent, par ailleurs, de la détérioration de la langue écrite et se demandent si elle n'est pas liée à l'emphase mise sur l'expression orale, à la progression assez magistrale qu'a connue le langage parlé au Québec au cours des vingt dernières années.

"On a découvert la parole au Québec, il y a 20 ans. Mais on a oublié le français écrit. Les gens ne savent plus écrire; s'ils ne savent pas écrire, c'est qu'ils ne lisent pas davantage (...). Donc, on n'a pas beaucoup de vocabulaire (...). On utilise surtout l'oral parce que plus facile, mais il se perd facilement. Si on veut une langue québécoise, il faut l'écrire".

La plus grande utilisation de la langue parlée va-t-elle de pair avec une détérioration de la langue écrite? Les deux peuvent-elles se développer en même temps? "Du temps où les gens écrivaient sans faire de fautes ils ne parlaient pas; ils étaient bloqués". "Comment se fait-il que tout d'un coup les jeunes ne savent plus écrire leur langue? "Les animateurs de radio et de télévision, on se sent un peu responsables de ça (...). Il y a quelque chose à faire. On a oublié que le parler passe aussi par l'écrit". Un membre du Conseil a apporté sur ce point quelques éléments de compréhension en généralisant d'une part le problème aux pays occidentaux et en précisant d'autre part que, pour lui, le développement de l'audio-visuel est une conséquence du réaménagement de la civilisation et non une cause.

1.3.5 L'influence des médias sur la langue des jeunes

Les animateurs se sont montrés également préoccupés par la qualité de la langue utilisée par les jeunes. Leur culture, via la musique, est d'abord anglaise, américaine. Leur vocabulaire est extrêmement limité. Et un participant estime que la responsabilité des animateurs des émissions destinées à ce public est engagée à ce niveau-là. Souvent, l'animateur parle seulement pour donner les coordonnées des morceaux de musique qu'il fait entendre. Il y aurait place pour toute une gamme de stimulations linguistiques: essayer de nouvelles expressions françaises, élargir son vocabulaire sans toutefois tomber dans le langage facile du "on est chum". Les participants s'accordent cependant pour souligner qu'il n'y a peut-être pas lieu de trop se scandaliser à ce sujet; les jeunes ont des modes et, comme toutes les modes, celle-ci passera aussi.

1.4 L'évolution de la situation linguistique à Montréal

1.4.1 La qualité de la langue

La qualité de la langue a progressé au cours des dernières années, tous en conviennent. Des exemples flagrants sont donnés pour concrétiser cette affirmation: le langage des sportifs, de certains corps de métiers comme les garagistes ou les plombiers s'est grandement francisé. Certains mots ont complètement disparu: "tire", "char". D'ailleurs, l'influence de Jacques Duval comme vulgarisateur y est pour beaucoup. Beaucoup a été fait, certes, mais beaucoup reste encore à faire dans la langue parlée, comme dans la langue écrite, pour utiliser toujours le terme juste et pour éviter les anglicismes (ex: avertissement de Santé et Bien-être national sur les paquets de cigarettes, petits pains "chauds", "système de son", formule et formulaire, "bon matin", etc.). Il arrive même que, sous prétexte d'originalité, on préfère continuer à utiliser un anglicisme plutôt que de le changer pour son équivalent en bon français. Il semblerait que le gouvernement fédéral éprouve parfois des difficultés à émettre des textes écrits ou parlés dans un français convenable.

1.4.2 L'affichage public

L'affichage public à Montréal s'est énormément amélioré; la francisation semble un acquis puisqu'il n'a pas été fait mention d'affiches unilingues anglaises.

Cependant, des anglicismes demeurent qui parfois sont irritants: "gardez la droite", "place" au lieu d'immeuble, "traverse de chemins de fer", "centre d'achats" "Hôtel Le Reine Elizabeth", "Ville de" Laval, etc. Un participant en a fait un inventaire et, sur demande du président, accepte de le communiquer à l'Office de la langue française lorsque remis au propre. Le maire de Montréal, Jean Drapeau, a aux dires d'un animateur largement contribué à implanter le fait français dans cette ville, notamment en remplaçant les panneaux indicateurs de rues défectueux par d'autres uniquement en français; mais discrètement, sans le proclamer.

Les animateurs sont d'accord pour conserver aux établissements de 4 personnes et moins la possibilité d'utiliser une autre langue en plus du français dans leur affichage. Cette autre langue pourrait être le grec ou le chinois, mais aussi l'anglais lorsque l'environnement le justifie. Il s'agit de ne pas faire de discrimination et de rester ouvert à la langue anglaise. L'inquiétude d'une personne de favoriser ainsi des ghettos culturels qui freinent l'intégration ne semble pas être partagée par les autres membres présents autour de la table.

1.4.3 La langue des médias

Quant au français utilisé sur les ondes, surtout semble-t-il dans les bulletins de nouvelles, il pourrait être lui aussi amélioré. Il n'existe aucun correcteur dans les salles de nouvelles pour aider à la rédaction des textes. Radio-Canada pour sa part a mis sur pied un système de fiches mais, d'après les commentaires des participants, il semblerait que ces fiches soient peu lues et peu utilisées.

1.4.4 Le statut de la langue à Montréal

A Montréal, la confrontation avec les unilingues anglophones est constante, l'irritation et la frustration qui en découlent ne sont pas partagées par les Québécois habitant ailleurs au Québec. C'est peut-être pourquoi les participants sont plus sensibles aux comportements linguistiques des anglophones et ils ont relevé chez eux une nette évolution. Des anglophones unilingues de Westmount et d'ailleurs, implantés de longue date dans leur quartier, se sont mis à apprendre le français "ils ont peur, ils sentent qu'ils sont obligés de parler français", "ils sont en maudit, mais ils apprennent le français". Si l'on se fie aux opinions des animateurs présents, l'unilinguisme anglophone reculerait à Montréal.

Est-on parvenu à un point où la langue ne peut plus être menacée, dans son statut ou dans sa qualité, à un point de non-retour? Absolument pas, répondent les animateurs; on ne peut pas se permettre de ne plus être vigilant: "on est très menacé, on le sera toujours. Si on arrête d'être vigilant, on va se faire engloutir". "On est tout petit, il faut se battre continuellement, se débrouiller, se serrer les coudes sinon on va se faire écraser".

1.4.5 La langue n'est pas un luxe

Tous conviennent que les problèmes économiques sont prioritaires par rapport aux préoccupations linguistiques, qu'ils sont reliés les uns aux autres de même qu'aux questions politiques. "La langue passe par la politique et l'économique; si on perd une force politique ou économique, la langue va mourir". Dans le contexte actuel, il serait tentant de centrer nos préoccupations uniquement sur les questions économiques et d'oublier la langue, mais ce serait une erreur. "Les préoccupations linguistiques ne sont pas un luxe. Notre langue c'est notre survivance. C'est une priorité: nos enfants, nos petits enfants ne parleront plus français (ex: Acadiens, Franco-Ontariens)".

1.5 Les opinions sur les mesures gouvernementales en matière linguistique

La nécessité d'avoir eu à légiférer en cette matière n'est remise en cause par personne, on déplore au contraire d'avoir eu à attendre aussi longtemps de telles mesures. L'évolution constatée précédemment tient en partie à ces mesures. Aujourd'hui "la Charte de la langue française est un fait; les gens sont habitués maintenant de vivre avec ça!" "Les bases sont là, il faut continuer; c'est à la jeune génération de dire si elle veut continuer, nous lui donnons l'exemple. Si dans 50 ans mes enfants ne veulent plus parler français, je n'en serai pas responsable".

Les mesures gouvernementales devront-elles durer longtemps? Oui, mais pas aussi massivement que jusqu'à présent; les gens ont tendance à résister devant de nouvelles intrusions de l'Etat dans leur vie privée.

Ces mesures sont valables en autant que "les gens n'auront pas à choisir entre l'argent et la langue".

1.6 L'avenir des médias de langue française

Le contexte géographique du Québec laisse entrevoir des difficultés certaines quant à l'avenir des médias francophones, de la télévision surtout. La proximité des Etats-Unis, le plus grand producteur d'émissions de télévision au monde, et le développement de la technologie (diffusion par câble) font aux émissions québécoises une concurrence qui peut paraître déloyale. Comment peut-on contrebalancer la pénétration en territoire québécois des stations américaines? En multipliant les stations ou les émissions francophones?

Si l'on se fie à l'exemple donné par la multiplication récente des postes de radio MF à Montréal, on serait porté à croire que ce n'est pas un bon moyen puisque l'auditoire des postes anglo-

phones n'a pas tellement diminué depuis ce développement. En maintenant des échanges accrues avec la francophonie? Les animateurs s'opposent unanimement à une augmentation de diffusion des productions françaises; ce qui est importable l'a déjà été. Quant aux exportations dans des pays de la francophonie, il ne faut pas y penser: "les Français ne sont pas du tout intéressés à voir nos émissions. Il y a un monde entre nous".

L'implantation géographique ne contribue donc pas à surmonter cet autre handicap de la télévision d'ici: la faiblesse de ses ressources financières. Même si on avait plus de postes ou plus d'émissions, nous n'aurions jamais assez d'argent pour produire des émissions comme celles que fabriquent les Américains et qui attirent tellement les Québécois, et le reste du monde d'ailleurs. "Ici on n'a jamais d'argent pour faire des émissions. La télévision est un miracle".

Face à ces désavantages, il faut continuellement lutter pour se maintenir. "Il n'y aura plus de télévision française si on ne lutte pas et on ne prend pas tous les moyens. On est une race de pionniers".

1.7 Les suggestions et propositions d'action

Les suggestions et propositions d'action faites par les animateurs recouvrent deux ordres de préoccupation: d'une part, l'amélioration de la performance des gens du métier, les communicateurs et, d'autre part, la promotion de la qualité de la langue dans l'ensemble de la population.

1.7.1 Pour les communicateurs

. Donner l'exemple

La première règle que tout le monde se donne, c'est de faire attention à la qualité du français utilisé en ondes. Puisqu'on

est convaincu de l'impact des médias sur le public et de l'importance de la communication par les médias, c'est vraiment la moindre des choses que de donner l'exemple. Et on peut aussi se donner comme mandat d'intervenir, avec le plus de doigté possible, auprès des collègues de travail, la vertu du bouche à oreille semblant avoir fait ses preuves.

. Avoir des outils adéquats

Mais les communicateurs réalisent qu'ils ont besoin de support et de perfectionnement pour mener à bien cet objectif. Or, ils ne peuvent actuellement compter sur aucune ressource. Leurs suggestions visent donc à combler cette lacune:

- des guides de terminologie seraient appréciés. Ceci n'est pas nouveau puisque de tels guides existent ou ont existé mais il n'y en a pas eu assez;

- l'idée d'avoir accès à un service de linguistique a été largement développée. Quelle forme prendrait un tel service? Serait-il offert par le Conseil ou l'OLF sous forme de subvention? Serait-il attaché à un poste ou un réseau qui en a le plus besoin ou qui rejoint le plus large public? Ces différentes avenues sont à explorer mais que ce service revête une forme ou une autre, tous les animateurs s'entendent pour dire qu'il ne devrait pas venir d'en haut, ni être imposé. L'insertion d'une telle personne dans une entreprise de communication est délicate, son travail également; il lui faudrait manier au moins autant l'humour que la langue, procéder de façon à se faire accepter sans autoritarisme.

- cette suggestion a été reprise de façon un peu différente par un participant: il s'agirait que quelqu'un écoute les animateurs durant leurs émissions, leur fassent part de leurs erreurs et leur suggère des correctifs. Plutôt que d'avoir des fiches genre Radio-Canada,

venant d'en haut et impersonnelles, ce système offrirait donc des fiches individuelles à chaque animateur ou communicateur. Il serait préférable, semble-t-il, de demander le consentement des personnes avant de les écouter et de présenter la chose de façon sympathique. Les avis sont partagés quant à savoir d'où une telle personne tiendrait son autorité.

Un animateur souligne que dans tout processus visant à améliorer la qualité de la langue, il faut faire attention à ne pas tomber dans le snobisme qui éloignerait les communicateurs de leur public. On déplore que ce soit un peu ça qui soit arrivé à Radio-Canada.

. Rejoindre l'ensemble des travailleurs concernés

Les animateurs sont la pointe de l'iceberg de tout un monde qui travaille dans l'ombre: rédacteurs de textes, recherchistes, ceux qui alimentent le discours improvisé. Il y aurait lieu de ne pas oublier ces catégories de personnes qui ont, elles aussi, une importance. D'autant plus que les allégeances syndicales n'étant pas les mêmes pour les différents secteurs professionnels, une intervention dans un seul secteur risque de soulever des problèmes syndicaux. Aussi, un animateur qui lit un texte rédigé par un autre ne peut pas le corriger.

. Décerner un prix d'improvisation

Le Conseil se penche depuis quelque temps sur la possibilité de décerner un prix d'improvisation de la langue parlée et il veut connaître l'intérêt des animateurs à ce sujet. Ceux-ci s'interrogent sur les critères de sélection et précisent qu'ils sont des improvisateurs sans pouvoir de correction. Ils réagissent positivement à cette idée et pensent que ce serait un bon stimulant pour les personnes concernées, eux-mêmes en premier.

1.7.2 Pour le grand public

. Distribuer des guides terminologiques

Il y aurait lieu, pour suivre la suggestion d'un animateur, de distribuer des guides terminologiques aux consommateurs, pas seulement au divers corps de métiers comme cela s'est largement fait dans les garages, mais au public également pour que lui aussi sache se débrouiller dans les termes plus techniques.

. Insister sur la vulgarisation

L'importance des vulgarisateurs a été remarquée: l'impact des Jacques Duval et René Lecavalier a été considérable pour l'évolution de la langue dans leur domaine respectif. C'est certainement une démarche à privilégier et à exploiter lorsque la possibilité s'en présente.

. Présenter des émissions qui encouragent la qualité de la langue

Les émissions du temps - style Académie française - où on montrait aux gens comment bien parler sont révolues. "Tout ce qui a l'air didactique va être refusé parce qu'on a trop utilisé ces méthodes-là". Mais il y aurait lieu d'imaginer d'autres genres d'émissions pour atteindre le même objectif, comme Le travail à la chaîne, par exemple qui était malgré tout une bonne émission, ou comme Passe-Partout pour les tout jeunes.

. Utiliser la publicité pour vendre l'idée du mieux parler

Plusieurs songent aussi à la publicité pour promouvoir la langue, de la publicité axée sur le goût, le plaisir de communiquer et de se comprendre. "Les gens ont besoin de communiquer (désir de parler et d'être écouté). Il faudrait leur dire que la langue est

un outil pour se comprendre (dans les couples, entre patrons et syndiqués, par exemple). Il s'agit de promouvoir la langue pour que les êtres en arrivent à se comprendre". "Il est important de dire aux gens que le vocabulaire est un outil". Cette publicité devrait, il va sans dire, être bien faite, avec humour, et devrait véhiculer le plaisir de communiquer, vendre l'idée qu'avec du vocabulaire, on peut réussir à mieux se comprendre.

2. RENCONTRE AVEC DES JOURNALISTES

Puis ce fut le tour des journalistes. Onze se sont présentés, sept de la presse écrite et quatre de la presse électronique. Pour les fins de l'analyse, nous allons essayer de rapporter la discussion en suivant le plus possible le canevas utilisé pour les animateurs. Nous serons obligés d'en diverger lorsque l'intérêt des journalistes pour la langue ne s'est pas exprimé de la même façon que celui des animateurs. La préoccupation majeure des personnes autour de cette table-ci concerne la langue dans l'exercice de leur profession, tant du point de vue de sa qualité que du contexte dans lequel les journalistes sont placés pour s'en servir. Les autres thèmes de discussion ont été abordés de façon moins élaborée.

Nous développerons donc, successivement, dans la présente section, les thèmes suivants:

1. l'exercice de la profession
2. la qualité de la langue dans les médias
3. l'évolution linguistique à Montréal
4. les opinions sur les mesures législatives
5. les suggestions et recommandations d'action

En général, nous ne différencierons pas les interventions des représentants de la presse écrite de ceux de la presse parlée, si ce n'est à l'occasion, lorsque des situations spécifiquement reliées à telle ou telle entreprise se présentent.

2.1 L'exercice de la profession

On prend pour acquis que les journalistes s'intéressent à la langue, qu'ils ont pour préoccupation de transmettre leurs informations dans la forme la plus convenable et la plus correcte possible.

Mais chacun n'est peut-être pas conscient de la qualité de son écriture, si, comme quelqu'un le souligne, "le doute est lié à notre degré de connaissance de la langue, à 40 ans on doute plus qu'à 30 ou à 20 ans". Il y en a donc qui écrivent mal et ne le savent pas. Est-ce à dire que personne n'intervient auprès d'eux pour le leur faire savoir, que les dirigeants des entreprises de presse n'attachent pas d'importance à cet aspect? Nous rapporterons ce que les journalistes présents autour de la table ont dit au sujet de la responsabilité des entreprises de presse face à la langue, mais auparavant nous chercherons à situer le journaliste dans son contexte de travail face à la langue qu'il utilise et face aux conditions de travail qui sont les siennes.

2.1.1 La langue de communication

Si la proposition d'un participant de faire une distinction entre langue d'expression et langue de communication, la première étant celle des auteurs dramatiques, romanciers, poètes, monologuistes, fantaisistes, etc., qui "utilisent la langue comme un matériau", la seconde celle des gens de communication (annonceurs, animateurs, journalistes, vulgarisateurs, traducteurs) "qui utilisent la langue comme un outil pour arriver à leurs fins" ne retient pas la faveur de toutes les personnes autour de la table, il n'en reste pas moins que plusieurs interventions ont été faites dans le sens de comprendre davantage, de mieux caractériser cette langue si intimement liée à l'exercice de leur profession.

. C'est une langue de communication..., à distinguer d'une langue littéraire ou d'une langue scientifique.

"Nous ne nous sommes pas donné une langue de communication encore ici, nous sommes encore un petit peu trop près de nos maîtres qui étaient formés par la littérature. Les Américains, par exemple, ont une langue de communication, ce n'est pas à un journaliste de

faire de la littérature puisqu'il fait de la communication".

"Les journalistes n'ont pas été influencés par la langue littéraire au cours des quinze dernières années, mais par la langue sociologique. Dans la langue parlée, c'est encore plus vrai que dans la langue écrite (ex: au niveau de...), c'est de la sociologie mal intégrée, plaquée sur une langue un peu pauvre qui sert à masquer des imprécisions dans un reportage. C'est commode de l'habiller avec cette langue-là. C'est plus marqué dans la presse parlée, peut-être parce que les journalistes y sont plus jeunes".

La communication parlée a été longtemps influencée par l'écrit, "toutes les énergies allaient à la rédaction du texte, à sa préparation", en oubliant qu'il fallait aussi s'attarder aux moyens de faire passer le message, à la forme du véhicule oral.

Les opinions divergent mais la question demeure, au-delà des influences qui peuvent la marquer, voire la dominer, cette langue de communication écrite et parlée quelle est-elle? quelle est son identité? comment les intervenants la caractérisent-ils?

... à inventer ...

"Langue écrite ou langue parlée (...), chacune a sa grammaire propre et vise des fins particulières. La langue écrite a ses niveaux, la langue parlée a ses niveaux". Oui mais les interventions des journalistes présents à la rencontre nous permettent, croyons-nous, de caractériser cette langue qui, écrite ou parlée, serait de communication.

C'est une langue simple, rapide, efficace, souple, vivante, malléable (directe et incisive pourrions-nous ajouter pour traduire davantage l'esprit des interventions à ce sujet), "utilisant des

termes de tous les jours, que tout le monde peut comprendre en ajoutant la sémantique et également la phonétique". Donc, une langue juste, utilisant les bons termes dans un vocabulaire accessible à tous, sans littérature et respectant les niveaux de langue. Lorsqu'elle est parlée, son "efficacité (...) dépend du respect des techniques du langage parlé", comme les modulations, les intonations, la place des temps forts, des temps faibles, etc.

Une carence précisément au niveau de la communication orale a été clairement identifiée: "les journalistes ne sont pas des lecteurs à haute voix". Ils ont de la difficulté à transmettre leur texte de façon assez vivante pour maintenir l'intérêt de l'auditeur: "la porte du cerveau quant au langage parlé, c'est le nerf auditif (...), si le message est monotone, il s'endort". Ce qui fait que souvent les journalistes sont meilleurs dans des situations où ils ne sont pas "esclaves d'un texte", comme autour d'une table ronde, par exemple.

Il a été noté que l'évolution de la traduction est encourageante dans ce sens, le genre s'est précisé avec les années et s'est davantage trouvé. Les traducteurs ne sont plus des littérateurs, comme ils l'étaient autrefois mais sont devenus des traducteurs de communication utilisant la langue de communication. Et la version française de textes anglais n'est plus deux fois plus longue que l'original.

. . . et qu'il faut enseigner

Si la question du contenu de la formation des journalistes est encore en suspens aujourd'hui au Québec, aux dires de quelques intervenants, l'accent mis sur la maîtrise du genre est une bonne chose. Cela veut dire apprendre à faire "lead", à construire un texte mais aussi apprendre la langue de la communication écrite et verbale, connaître ses caractéristiques, ses exigences linguistiques et apprendre à la manipuler. "Plus on maîtrise le genre,

plus on risque d'avoir une pensée claire et organisée, et plus on a une pensée organisée, plus on a une langue correcte".

Mais l'interrogation de fond concernant la formation des journalistes demeure: "qu'attend-on des journalistes? comment les voit-on? comme des écrivains? comme des chercheurs d'information indépendamment de la forme? (...) Lorsqu'il y aura un consensus sur ce qu'on attend d'un journaliste, peut-être cela ira-t-il mieux en ce qui concerne la langue." Généralisons la question à cette autre et apportons-là en guise de conclusion à cette section: la communication ou la langue? les gens achètent-ils la langue ou l'information? Le concept de langue de communication mis de l'avant par les journalistes fait de la langue un outil au service de la communication, la forme au service du fond, mais jusqu'à quel point la forme est-elle importante dans un média? Nous verrons ultérieurement que le point de vue des journalistes et des dirigeants d'entreprises divergent à ce sujet. En attendant, examinons de plus près le contexte de travail des journalistes.

2.1.2 Les conditions de travail des journalistes

Il ne s'agit pas de dresser ici le portrait-type du journaliste dans son activité quotidienne, mais d'évoquer, à la suite des personnes qui se sont exprimées autour de la table, le contexte de travail particulier qui, d'après elles, rend leurs interventions quant à la langue, plus problématiques.

. L'obligation de travailler vite

Il faut pouvoir résoudre un problème d'écriture au moment où il se pose, on n'a pas le temps d'attendre. Si cela est vrai pour l'ensemble de la profession, cela s'applique encore avec plus d'acuité

à ceux qui rédigent des articles tous les jours, à ceux qui doivent rendre compte de l'information le plus rapidement possible. Le sport est un domaine typique en la matière: les "dead lines" sont incroyables et les articles rédigés en quelques minutes sans le support même d'un dictionnaire parce qu'on est "tout seul sur une passerelle quelque part en Amérique". On a, pour tout espoir, de se fier à la vigilance du chef de pupitre qui, espère-t-on, saura au moins remarquer les erreurs les plus grossières, s'il y en a. Et comme 80 à 100 % du travail se fait en anglais et qu'on fait constamment de la traduction au point où "notre pensée devient une traduction pratiquement permanente", de telles fautes ont beaucoup de chance de se produire.

. L'obligation aussi parfois de se forger ses propres outils

Dans des domaines spécialisés, le vocabulaire adéquat en français n'existe pas toujours, ou n'est pas proposé par l'entreprise. L'exemple est donné de la série d'émissions sur les vols spatiaux où ce sont les animateurs, commentateurs et journalistes qui ont dû, eux-mêmes, faire les recherches pour arriver à un produit convenable: "c'est nous qui avons fouillé dans nos bouquins pour essayer de trouver à travers tout ça ce qu'il nous fallait".

. La nécessité de citer les gens au texte et de les laisser s'exprimer

La qualité de la langue étant ce qu'elle est au Québec, y compris celle des hommes politiques ou des universitaires, le journaliste qui se voit dans l'obligation de rapporter les paroles de l'un d'eux se trouve parfois embarrassé. Les commentateurs et journalistes sportifs éprouvent aussi largement cette difficulté.

Et lorsqu'il s'agit de publier le courrier des lecteurs ou de participer à une émission de "ligne ouverte", l'embarras est

encore plus grand. 'Tout ce qui se fait en collaboration avec le public est de qualité inférieure à ce qui se fait en rédaction. Que peut-on faire? peut-on amender le texte? On risque de toucher au fond et de recevoir des plaintes par le biais du Conseil de presse comme cela s'est déjà produit''.

Dans les lignes ouvertes, 'notre niveau de langue n'est pas compris'', le message ne se rend pas de la façon qu'il est formulé. 'Il faut donc nécessairement baisser le niveau pour le faire comprendre à ces gens-là''.

. L'organisation de la profession

Les salles de rédaction sont bien différentes de ce qu'elles étaient autrefois: 'l'organisation de la profession a changé, le temps consacré à regarder du texte est plus réduit aujourd'hui; j'ai 7 ou 8 réunions statutaires par semaine. Le temps est organisé de façon autre, la relation individuelle avec les journalistes est devenue beaucoup plus difficile''.

Ce contexte est syndical aussi, les règles du jeu sont codifiées dans la convention collective et, toute tentative 'd'en déborder de façon un peu organisée peut être suspecte''. Le syndicat est devenu le seul canal par lequel les journalistes peuvent faire valoir leurs intérêts professionnels. Il ne s'agit pas de contester l'entrée des syndicats dans les entreprises de presse ou la syndicalisation des journalistes mais de comprendre que tout regroupement des journalistes en dehors du cadre syndical prévu dans la convention est difficile, voire suspect. Si, comme c'est le cas pour la langue, le syndicat n'a pas le temps de s'occuper de certains dossiers, les journalistes ne peuvent concevoir de s'organiser en dehors du syndicat.

Les journalistes et photographes du Journal de Montréal ont fait cette expérience: ils se sont regroupés dans une association avec pour objectif de faire la promotion de leurs intérêts professionnels. "Un des buts, puisque le syndicat n'a pas le temps de s'en occuper, (ça fait peut-être partie de son mandat mais il ne le fait pas) est de revaloriser la question du français, d'essayer de voir différentes façons d'avoir des stages de perfectionnement des patrons". Mais cette association est mal vue, on lui prête de mauvaises intentions. "C'est très difficile dans une boîte syndiquée d'arriver avec d'autres organes qui ne sont pas directement liés au syndicat parce qu'on va penser qu'on veut fonder un autre syndicat".

. Le support dans les salles de rédaction et les relations avec le pupitre

Puisque nous parlerons longuement dans la section suivante de l'encadrement des journalistes dans les salles de rédaction et les salles de nouvelles, nous n'aborderons ici que quelques points mineurs qui ont été mentionnés.

Il y a un problème généralisé de dictionnaires dans les salles de rédaction des quotidiens de Montréal; il n'y en a tout simplement plus parce qu'ils ont été volés, ou existent en si petit nombre qu'ils ne sont pas disponibles. "On court les dictionnaires, on les cache".

Un participant a par ailleurs fait état de la résistance au changement du pupitre de son journal, qui refuse d'adopter les normes de ponctuation du français international. "Chaque fois que j'écris les dollars et les cents selon la ponctuation du français international, c'est corrigé par le pupitre, c'est transcrit à l'américaine". Cette censure se fait "au nom d'un certain populisme" (...) qui est

méprisant pour le public. (...) On veut être sûr que tout le monde va comprendre et se reconnaître".

A une question de savoir si l'introduction de l'ordinateur dans les salles de rédaction ne va pas modifier le type d'interventions du pupitre avec les journalistes, il est répondu "pas tant que les textes n'iront pas directement à l'ordinateur".

2.1.3 La responsabilité patronale face à la langue

. Les exigences des patrons en matière de langue

Qu'attendent de leurs journalistes les dirigeants des entreprises de presse et quel encadrement leur offrent-ils pour parvenir à leurs fins? Nous évoquerons dans un premier temps la situation dans la presse écrite, faisant de Radio-Canada (seul média électronique représenté autour de la table au moment de cette discussion, puisque le journaliste de T.V.A. s'est joint au groupe plus tard) un cas à part, étudié isolément.

En général, les journalistes ne savent pas ce que leurs patrons attendent d'eux, en termes de performance linguistique, et pour se faire une idée, ils tirent des conclusions à partir des situations qu'ils constatent.

Aussi, dans un média, on déplore l'inégalité de la production; certains jours les articles sont soignés, dans un français convenable, et le journal donne l'image d'être sérieux, bien fait. D'autres jours, par contre, c'est le contraire, beaucoup de photos par rapport aux textes, lesquels apparaissent nettement moins bons dans leur forme. "Je déplore un manque d'unité, il y a des hauts et des bas". Dans ce même journal, on a engagé récemment un

journaliste qui ne sait absolument pas écrire; ce cas ne semble pas unique puisque tous les médias sont aux prises avec ce même problème.

La langue est-elle importante pour les patrons? En tiennent-ils compte lorsque vient le temps de recruter et de sélectionner leurs journalistes? Les participants présents autour de la table en doutent.

"Il y a des problèmes linguistiques dans les salles de rédaction, partout il y a des journalistes qui sont mal à l'aise dans la langue, qui ont des difficultés d'expression, qui ne seront pas remplacés par de meilleurs parce que les postes sont bloqués, bouchés, les jeunes ne peuvent plus rentrer, tout le monde est permanent. Pourquoi n'a-t-on jamais élaboré des critères d'embauche convenables? Les employeurs qui se plaignent de la mauvaise qualité de ceci, de celà, ce sont eux qui ont évalué les candidats, les stagiaires et leur ont donné presque automatiquement la permanence".

"Nos patrons nous disent toujours que c'est l'information que les gens achètent" mais pour les journalistes présents cette information ne se conçoit pas sans un véhicule convenable pour la transmettre, sans un français correct. Et ils regrettent que cette préoccupation ne soit pas partagée par leurs employeurs.

"Dans la presse écrite, il n'y a pas de directive précise, venant des propriétaires de journaux, invitant les cadres à surveiller de près la forme. C'est en principe une chose acquise". Mais si un journaliste écrit mal, "je ne sache pas qu'il soit repris".

La plupart des participants remarquent et déplorent le

fait que leur direction ne se manifeste pour ainsi dire jamais de réaction, positive ou négative, à l'égard de la langue utilisée par chacun de ses journalistes. Ces derniers seraient heureux que quelqu'un s'intéresse à leurs textes pour les apprécier ou pour les aider à les améliorer. "Je serais très heureux d'avoir quelqu'un qui relève mes fautes. (...) Cela n'arrive jamais du côté des patrons". En l'absence de cette rétroaction de la direction, les journalistes ne savent trop comment répondre à ses attentes et s'organisent entre eux pour se supporter.

. Les journalistes demandent à leur direction de prendre ses responsabilités quant à la langue

Il ne fait aucun doute que les journalistes attendent de la direction de leur média respectif qu'elle assume une responsabilité plus grande, un leadership, dans la promotion d'une langue de qualité. S'ils n'écrivent pas mieux, ils n'en sont pas les seuls responsables, "ils souffrent des mêmes problèmes que ceux qui s'expriment par écrit au Québec" et leur employeur doit réagir. "Les entreprises de presse pourraient veiller de plus près à l'usage des mots, des verbes, etc. dans les textes des rédacteurs. Ce n'est pas une préoccupation quotidienne et constante".

Une bonne façon pour la direction d'intervenir en la matière serait d'offrir à ses journalistes un encadrement adéquat.

. Le diagnostic des journalistes sur l'encadrement professionnel offert

Cet encadrement est jugé largement insatisfaisant et déficient par les journalistes de tous les médias présents. Il n'y a plus, comme cela pouvait exister dans les années passées, de personne attachée exclusivement à la relecture et à la correction des textes sous le seul angle de la forme et qui était présente dans

les salles de rédaction où tout le monde pouvait la consulter. Aujourd'hui, les textes sont acheminés au pupitre qui en dispose pour la mise en pages mais n'intervient pas, la plupart du temps, sur la forme. De toute façon, s'il faut en croire un participant, il n'est pas certain que les chefs de pupitre soient compétents pour intervenir dans ce domaine. Ce sont des postes peu sollicités, souvent occupés par des jeunes ignorants des niveaux de langue et inexpérimentés. D'autant plus que les qualités exigées d'un chef de pupitre sont d'une autre nature que celles requises pour intervenir sur la langue. Cette opinion est quelque peu contestée par un autre intervenant qui n'est pas prêt à porter un jugement aussi sévère sur son pupitre.

Dans la majorité des cas, il n'y a personne non plus qui relit le journal dans son entier et régulièrement pour faire des commentaires sur le français utilisé.

Une exception, dans la presse écrite montréalaise, le Journal de Montréal, qui retient les services d'un réviseur de copies à temps plein. Ce service est largement apprécié mais présente, lui aussi, des lacunes. Ainsi, lorsque le réviseur attiré est absent, il n'est pas remplacé et si un journaliste en a besoin pendant ce temps, il s'en passe et le produit en souffre nécessairement. D'autre part, le réviseur travaille sur les copies qui en ont le plus besoin et n'a pas le temps de donner, à ceux qui le souhaiteraient, une rétroaction sur leurs textes pour les aider à s'améliorer.

. Conséquemment, les journalistes se débrouillent avec leurs propres moyens

Puisque les conditions de travail sur cette question ne les satisfont pas, les journalistes cherchent à s'organiser pour apporter des correctifs à cet état de fait.

Au Journal de Montréal, les journalistes se sont regroupés dans une association pour promouvoir leurs intérêts professionnels, dont la revalorisation de la qualité des textes. Ils examinent notamment, nous en avons déjà parlé, la possibilité d'avoir des stages de perfectionnement assumés par les patrons.

A La Presse, où la salle de rédaction compte une centaine de journalistes et où "personne n'est engagée pour s'occuper de la qualité des textes sous l'angle formel", un réseau parallèle s'est créé au hasard des rencontres. Certains journalistes sont identifiés comme plus chevronnés et servent de conseillers auprès de collègues: "quand on a un doute, on va se voir". "A un bout il y a ceux qui ne savent pas qu'ils écrivent mal et qui ne se le font dire par personne, à l'autre ceux qui mutuellement s'aident et se conseillent dans un réseau parallèle".

. Les directions commencent à saisir l'importance du phénomène et à réagir

Il semblerait que les directions commencent à être sensibilisées à cette question et tentent d'apporter certaines mesures correctives.

A La Presse, un membre de la direction de l'information, "un excellent écrivain" relit le journal depuis peu et, de temps à autre, distribue aux journalistes "dites, ne dites pas" ou "une erreur courante". Dans une division, il y a également maintenant un journaliste dont "l'essentiel de la fonction est de revoir les textes de cette division (...); là encore ce n'est pas son unique fonction et ce n'est pas pour l'ensemble du journal". "Dans certains autres secteurs du journal, les chefs de division interviennent auprès des journalistes".

Au Devoir, "il y a une sorte de code qu'on a mis au point et qui est dans le tiroir de chacun des journalistes, auquel ils peuvent référer".

Le Journal de Montréal a, nous l'avons vu, un réviseur de copies dans sa salle de rédaction.

. A la décharge des directions, mentionnons que leurs interventions sont parfois délicates

- En raison d'abord de l'émotivité avec laquelle bien des journalistes accueillent encore des remarques sur leurs textes: "leurs textes, c'est leur bébé". L'art d'écrire est tellement engageant pour celui qui l'accomplit — il engage toute la personne qui y participe — qu'il est difficile de s'en retirer une fois le texte terminé et de considérer son produit froidement comme étant extérieur à soi. "Beaucoup d'émotion passe lorsque le journaliste est devant son écran (...), toutes sortes de peur, peur de mal aborder son sujet, de mal le rendre, d'avoir une mauvaise réaction. Beaucoup de journalistes ne peuvent pas objectiver leur langage comme langue de communication et ressentent des remarques sur leur langage comme une attaque personnelle. Et de là viennent souvent les problèmes des entreprises, les gens en place n'osant pas faire de remarques, de peur de blesser. Il faudrait dissocier l'émotion personnelle du professionnalisme".

- La codification des relations de travail telle que consignée dans les conventions collectives a peut-être contribué également à "rendre les gens de pupitres hésitants et peureux devant les changements qui devraient être apportés parce qu'il est souvent difficile de faire la différence entre le fond et la forme".

Dans les conventions collectives, on a voulu protéger l'intégrité des textes devant une éventuelle censure politique ou

idéologique; cela était plus particulièrement lié au contexte des années '60 et début '70 alors qu'il y avait peut-être davantage de tensions politiques qu'aujourd'hui. Des clauses très sévères permettant à un journaliste de retirer sa signature s'il est en désaccord avec les modifications apportées par le pupitre ou la direction à son texte. "Il y a des dispositions dans les conventions collectives interdisant de changer le fond et il arrive que, modifiant la forme, on puisse en effet changer le fond d'un texte. Certaines personnes au pupitre pourraient hésiter à changer un texte ou à l'améliorer quant à la forme, quant à la langue, de crainte que ces changements n'entraînent de la part du rédacteur intéressé une réaction qui poserait le problème de fond, donc de censure. Mais je pense que c'est un faux problème".

Cet avis est d'ailleurs partagé par l'ensemble des personnes présentes, cette interprétation de la convention collective par les employeurs est jugée abusive, car si les employeurs, par exemple, tentaient de corriger d'autorité certaines fautes, il n'y aurait vraisemblablement pas de réaction de la part des syndiqués.

. Le cas Radio-Canada

Dans cette entreprise, le souci de la qualité du français est une volonté manifeste de la direction. Il a conduit, notamment, à la création d'un service de linguistique lequel intervient auprès des employés pour en corriger les erreurs et promouvoir une meilleure qualité du français exprimé sur les ondes. Sauf que, concrètement, ce service de linguistique n'a pas réussi à rejoindre les journalistes dans leurs situations quotidiennes et les erreurs prennent du temps à se corriger: les bulletins destinés aux journalistes sont peu lus et peu utilisés; il en est de même des fiches qui, semble-t-il, circulent peu. Radio-Canada revoit actuellement sa façon de procéder en la matière; cette station tente d'établir un lien plus étroit entre le service de linguistique et la salle des

nouvelles, là où "les chefs de pupitre n'ont pas le temps de s'occuper de la langue. Ils sont aux prises avec la mise en ondes, le choix des nouvelles à traiter et comme la radio c'est quelque chose qui va très vite, — la télévision c'est la même chose — alors on n'a pas le temps. C'est une des fonctions qu'ils n'ont pas le temps d'assumer". Des correctifs ont été apportés sur les points suivants:

-une des raisons constatée au manque d'influence du service de linguistique sur les journalistes résidant dans le fait que ces "deux mondes ne se rejoignent pas", on a demandé à un journaliste de siéger au comité de linguistique pour faire le lien avec la salle des nouvelles.

-la manière de procéder de ce service a aussi été remise en question: on obtient peut-être de meilleurs résultats en proposant des suggestions plutôt qu'en imposant des changements.

-on a suggéré aussi d'avoir un grand tableau dans la salle de rédaction, où les erreurs les plus fréquentes seraient colligées ce qui rendrait plus gênant la perpétuation de ces mêmes erreurs.

"Mais ça piétine, c'est très long, on entend toujours les mêmes fautes, les mêmes erreurs".

2.2 La qualité de la langue dans les médias

Même si peu d'intervenants l'ont confirmé explicitement, nous pouvons prendre pour acquis que les journalistes ont adopté les postulats suivants:

-d'abord, ils pensent que la langue des médias a une influence sur les usages linguistiques du public et sur la qualité de son expression en général; "(...) maintenir une très saine langue de communication surtout dans les grands journaux de Montréal parce

qu'ils font époque, ils font vraiment école à travers toute la province et tout le Canada français aussi".

-ils présument ensuite que la population porte attention à la qualité de la langue véhiculée dans les médias.

2.2.1 La langue écrite

Tous admettent que les quotidiens d'aujourd'hui sont mieux faits et mieux écrits qu'autrefois, même si, par ailleurs, il pouvait exister des réviseurs de copies dans certains d'entre eux. Dans les années '50, le travail se faisait en anglais "pour être sérieux, il fallait donner sa conférence de presse en anglais". Le travail d'expression était doublé d'un travail de traduction.

Mais la qualité de la langue n'est pas constante à l'intérieur d'un même journal ou entre les différentes livraisons d'un même journal. Le français est meilleur dans les éditoriaux et les textes de fond que dans les faits divers, par exemple. Les journaux de quartier ont une performance linguistique variable selon les journaux, et il est difficile de les juger dans leur ensemble, "dans certains quartiers, c'est du charabia à n'y rien comprendre", d'autres sont meilleurs, même bons.

La qualité varie aussi, semble-t-il, selon l'âge des journalistes: les plus âgés se retrouvant dans la presse écrite utiliseraient moins un langage faussement sociologique que leurs confrères, plus jeunes, de la presse parlée.

"L'expression journalistique s'est améliorée, on maîtrise mieux le genre qu'autrefois et on serait peut-être prêt maintenant pour un travail de correction plus en profondeur de la langue des journalistes au Québec." Mais dans ce travail, il faut veiller à ne pas se laisser gagner par la "phobie des anglicismes (...), on en vient à dessécher la langue française parce qu'on a tellement peur

de commettre des anglicismes qu'on n'ose plus écrire".

La qualité de la langue est liée au degré de motivation des journalistes; "actuellement, les journalistes n'ont plus le feu!" En revalorisant le métier, la fonction de communiquer, la relation avec le public, le journaliste aura davantage le goût du métier et sera motivé à rendre la nouvelle le mieux possible.

. La langue parlée

"La langue parlée, la véritable langue parlée comporte peut-être moins de faiblesses que la langue écrite que l'on utilise comme base de la langue parlée". On fait ici une différence entre quelqu'un qui improvise à partir de quelques notes griffonnées et quelqu'un qui lit un texte écrit par d'autres ou le sien propre (ex: un animateur d'affaires publiques et un journaliste qui écrit d'avance son reportage).

"Et c'est peut-être de ce côté-là que je note le plus de faiblesses parce qu'on est moins excusable, lorsqu'on a écrit son texte, de continuer à commettre des erreurs et des fautes qui ont été relevées à maintes reprises par un service de linguistique et qu'on a essayé de corriger dans des bulletins. (...) Ces bulletins accusent une fréquence parfois inquiétante des mêmes erreurs relevées."

Les improvisateurs, les animateurs ont, en général, une langue de qualité supérieure, elle est "assez intéressante à écouter parce qu'elle s'améliore progressivement, sauf dans certains cas où j'ai eu l'occasion d'entendre des animateurs qui non seulement commettent des fautes mais qui sont vraiment quétaines".

Certains animateurs de lignes ouvertes sont également pris à partie, ceux qui notamment ont été des hommes politiques; "ils ont la démagogie de la langue facile, tout à coup ils dérapent et là

on sent qu'ils vont chercher le public".

Peut-être faudrait-il que ceux qui s'expriment ou font des déclarations sur les ondes ou dans les endroits des journaux prévus à cette fin donnent l'exemple. Et on pense surtout aux hommes politiques qui n'ont pas toujours le langage que l'on s'attendrait d'eux.

. La langue des médias est à l'image de la langue de la population

Il est, par conséquent, difficile d'isoler la langue des journaux de la langue de l'ensemble de la population. Ils sont fabriqués par le même monde et en sont le reflet: "(...) Attendre qu'un certain nombre de choses s'imposent avant que les journalistes les imposent". En ce sens-là, les médias sont tributaires de la langue dans laquelle s'exprime le public.

2.3 L'évolution linguistique à Montréal

Après avoir rappelé que leurs opinions sur l'évolution de la situation linguistique sont "impressionnistes" plus qu'objectives, les journalistes participant à la rencontre ont apporté les commentaires suivants.

2.3.1 Un constat de progrès dans l'expression

Un progrès de l'expression tant du point de vue quantitatif que du point de vue qualitatif a été noté par plusieurs.

- "On entend plus de français". Les anglophones apprennent le français, le taux de bilinguisme a considérablement progressé. Apprenant une nouvelle langue, ils l'apprennent mieux que nous: "nous sommes obligés de corriger à travers eux notre langue".

- La publicité visible a progressé, elle s'est améliorée, elle est de bonne qualité. L'affichage public, celui des commerces, utilise des mots plus précis.

- "Le français domine dans la grande région montréalaise, les anglophones ne sont plus les premiers". On assiste à "une nouvelle rencontre de l'anglais et du français aujourd'hui, qui est bien différente de ce qu'elle était autrefois".

- Il a été noté que la littérature dans sa syntaxe et son lexique a fait de grands progrès "les écrivains ont accès au style, ça se voit même dans les journaux".

- L'information économique "qui émane des grandes entreprises est d'une qualité absolument remarquable". Or, ces milieux de multinationales sont anglophones.

- De plus en plus de grands magasins, affichent leurs prix en suivant les règles de ponctuation du français international. On remarque également une préoccupation de la qualité plus grande chez le public: "La population ne parle peut-être pas mieux mais elle s'aperçoit qu'elle parle mal".

2.3.2 Avec des nuances, cependant

- Dans certains secteurs technologiques, l'usage du français ne s'est pas encore généralisé: "les techniciens s'expriment en anglais, ils ont appris leur métier dans cette langue". Les factures sont libellées en anglais. C'est le cas des garages, par exemple, des réparateurs d'appareils électro-ménagers (radio, télévision, lessiveuse ...). Dans ces secteurs, ne se pose donc pas la question de la qualité de la langue, mais de la quantité, de l'usage.

- Il a été remarqué que la langue écrite des étudiants est syntaxiquement incorrecte mais cela a été attribué à un problème de formation générale, d'apprentissage au raisonnement.

- Un participant fait remarquer qu'il n'a pas reçu une seule communication gouvernementale en français depuis qu'il habite Notre-Dame-de-Grâces. Ses correspondants anglophones ont respecté le libellé de son adresse en français. Seule l'administration gouvernementale ne s'y est pas pliée.

- Deux personnes, plus directement engagées sur le terrain, constatent depuis 1980 un recul très net de l'expression française et des acquis antérieurs. On avait senti du respect de '75 à '80, depuis le référendum, il y a une dégradation marquée là-dessus "(...), une dégradation par rapport à des acquis en terme de respect, dans mon milieu à moi qui est le sport professionnel à Montréal".

"(...) en '80, les anglophones ont repris une fierté émoussée depuis '76. Depuis le jugement Deschênes on constate une nette détérioration du français comme langue d'affichage, l'affichage bilingue reprend. (...) Cela va de moins en moins bien".

- L'écoute des réseaux américains a gagné du terrain, l'étude de '79 date sûrement là-dessus car le phénomène a gagné en ampleur depuis ce temps.

2.4 Les opinions sur les mesures législatives

La Loi 101 était une nécessité, cela ne fait de doute pour personne, mais les opinions divergent quant à savoir quelles suites lui donner. Pour certains, le temps est venu de l'assouplir ou d'amender ce qui est jugé excessif, tandis que pour d'autres les acquis sont jugés encore précaires et il faut être d'une extrême prudence avant d'intervenir pour l'alléger.

Bien que des progrès réels aient été enregistrés comme cela a été mentionné précédemment, on ne peut pas considérer que l'on a franchi un point de non retour, c'est-à-dire un point où l'on puisse considérer des acquis comme permanents. "Si on s'arrête, on régresse (...). Linguistiquement, on marche à contre-courant sur un trottoir qui avance". "Je ne suis pas prêt à dire que le malade est guéri, que le traitement de choc a réussi". L'intervention de l'État continue donc à se justifier aujourd'hui comme hier, il n'est pas question qu'il se désengage, qu'il se retire de ce domaine. Mais peut-il assouplir sa position?

2.4.1 Pour certains, les mesures gouvernementales ne doivent pas être assouplies

- Plusieurs intervenants autour de la table défendent le point de vue que rien n'est gagné; au contraire, depuis le référendum et le jugement Deschênes, un recul a été constaté par rapport à ce qui avait été acquis antérieurement, entre '75 et '80. Dans ce contexte, un assouplissement de la position gouvernementale contribuerait à accélérer la dégradation et à se retrouver dans une situation similaire à celle qui prévalait avant les législations.

"(...) on veut modifier certains passages de la loi pour les rendre moins exigeants à l'égard des compagnies de type familial: ce serait une erreur. Si le gouvernement recule, on va retrouver une situation comme entre 1973 et 1976".

"Il est trop tôt pour évaluer la Loi 101, pour ouvrir", compte tenu des réactions post-référendaires et des pertes enregistrées de façon très marquée depuis lors. "Si les Anglais retrouvent leur fierté parce qu'ils se sentent plus forts, pourquoi ne la retrouverions-nous pas nous aussi?" Est-ce une invitation à accentuer l'intervention gouvernementale en la matière que lance

ce participant? La législation est faite en fonction de Montréal qui "demeure le principal champ de bataille". Ailleurs, en province, on ne comprend pas toujours les prises de position radicales de Montréal, "il faudrait peut-être l'expliquer aux autres".

- Un intervenant fait remarquer que la communauté anglophone n'a pas encore accepté globalement le fait français au Québec même si, par ailleurs, les individus ont énormément évolué. Les dirigeants qui les représentent au sein du regroupement Alliance-Québec "sont plus ancrés dans la réalité" que les anciens porte-parole de cette communauté.

- Rien dans la législation ou dans les interventions du gouvernement ne montre qu'il est préoccupé par l'augmentation de l'écoute des réseaux américains par les jeunes. "On ne parle pas de ce phénomène parce qu'on veut continuer à faire des législations qui ignorent ce phénomène". Or, d'après les études mêmes du Conseil, il semblerait que la situation soit alarmante: "il n'y a à peu près que le théâtre qui se fasse en français chez les jeunes".

2.4.2 Pour d'autres, on est allé trop loin dans certains secteurs et il y aurait lieu de faire marche arrière

- La loi comporte des dispositions qui, aux dires de quelques autres participants, n'apportent rien sur le fond et engendrent "des excès de tatillonnerie" dans leur application. "Ce qui prouve que le mieux est un ennemi du bien".

C'est le cas de l'affichage et des tests, estime l'un d'entre eux. Quand on cache la version anglaise des panneaux routiers sur l'autoroute entre Québec et Montréal, on manifeste "un délire de répression (...) je suis en total désaccord avec ça. (...) Ce n'est pas ma conception d'une société démocratique". Quant aux tests linguistiques, il n'y avait pas lieu de "faire une histoire pareille pour

35 élèves de CECM; ce n'est pas pour ça que tant de gens se sont battus pendant 15 ans". "Il y a des risques à maintenir une attitude trop rigide sur des aspects secondaires".

- Les propositions de modification de la Loi 101 telles que M. Gérald Godin les a formulées sont bienvenues dans cette perspective.

- Dans la normalisation du vocabulaire, on déplore les excès de type "hambourgeois" mais de rétorquer un autre intervenant: "les journalistes auraient dû se scandaliser davantage de leur pratique quotidienne du français" et non faire les gorges chaudes avec ce mot: "hambourgeois" est le seul mot de l'Office de la langue française que le public connaisse".

"Théoriquement, on peut mettre à l'amende des gens au Québec, non pas parce qu'ils utilisent le mauvais terme anglais, mais parce qu'ils n'utilisent pas le bon terme français" le terme normalisé. "Les listes de normalisation sont du pur délire". "On est devenu fou" quand on pense qu'on peut théoriquement poursuivre quelqu'un qui n'utilise pas le mot normalisé. Sur ce point, le président du Conseil, Michel Plourde, se permet une intervention pour préciser que "les normalisations n'obligent que l'administration publique".

2.4.3 Les mesures gouvernementales n'ont atteint qu'en partie leur objectif de fond

Les jeunes n'ont pas connu le temps où tout se faisait en anglais, et dans 5 ou 10 ans ils ne connaîtront plus le temps où l'anglais était obligatoire pour avoir un emploi. La réaction se dessine déjà: les jeunes sont attirés par l'anglais. Au niveau universitaire, par exemple, "le nombre d'inscriptions de francophones dans les universités de langue anglaise a augmenté

de façon phénoménale"; ils y vont pour apprendre cette langue. La législation a eu pour effet d'encourager l'unilinguisme français alors que "cela n'était ni voulu, ni prévu. On était pour le bilinguisme pas institutionnel mais individuel". Si cela devient un ghetto, un "camp retranché, les jeunes vont vouloir en sortir".

La même préoccupation anime un autre participant qui constate avec regret que "beaucoup trop de Montréalais ignorent totalement l'anglais". L'apprentissage d'une autre langue nous aide à réfléchir sur la nôtre et celle-ci en l'occurrence nous fait comprendre nos anglicismes: "on bafoue le français parce qu'on ne connaît pas l'anglais". Ceux qui n'ont pas "d'antenne d'impression ni d'antenne d'expression" de cette autre langue n'ont aucun respect pour la leur propre. Est-ce dire que "nous serions assez armés linguistiquement pour nous permettre une fréquentation assidue des médias de langue anglaise?" de demander un membre du Conseil. On ne lui a pas répondu, mais plusieurs ont souligné que cette piste de réflexion était intéressante, voire "fascinante".

2.4.4 Critiques du mode d'intervention du gouvernement

- On a l'impression que parfois le gouvernement ne s'attarde pas à comprendre la dynamique sociale avant d'introduire des changements: "on a l'impression qu'on pense que les changements introduits seront nécessairement perçus comme bons par la population alors que ce n'est pas toujours le cas". Ce journaliste basait ses propos sur un sondage paru il y a quelques mois et qui révélait que les deux tiers des francophones préféraient l'affichage bilingue à l'affichage uniquement français. Pourtant, ce changement a été maintenu: "la médecine est imposée de façon trop contraignante". Un agent de recherche du Conseil intervient là-dessus pour préciser que ce sondage donnait des résultats totalement différents

des enquêtes conduites par le Conseil lui-même et que, d'autre part, le terme bilinguisme n'est pas neutre et pour cette raison ne devrait pas être utilisé dans un sondage.

- La "méthode Laurin", de "dictature éclairée" est prise à partie par un journaliste. On procède "par diagnostic sur l'état du patient" pour décider quelle politique établir. Sur quelle base procède-t-on à ce diagnostic? "On a substitué à des normes presque objectives une espèce de médecine; si le patient n'est pas bien, on va choisir nous ce qui est bien pour lui et on ne s'embarrassera pas de savoir les moyens puisqu'il n'est pas assez fin pour savoir ce qui est bon pour lui".

- Un intervenant propose de considérer le rapport de la minorité à la majorité, non pas en terme médical mais "à travers la grille du rapport de forces". C'est un outil d'analyse pour en arriver à un consensus plus harmonieux. Dans ce cas, il y a place pour la négociation, contrairement à l'autre méthode et "je suis partisan de la négociation plus que de l'imposition ou de l'écrasement". "C'est souvent comme ça que les conflits sociaux se règlent et c'est comme ça en tout cas qu'une société essaie de régler ses rapports pour en arriver à des consensus plus harmonieux".

D'ailleurs, les dirigeants d'Alliance-Québec se comportent comme n'importe quel dirigeant ayant des troupes en arrière (ex: les syndicats) et évaluent leurs positions en terme de rapport de forces: "chacun évalue son rapport de forces et se met en position d'arracher des concessions et d'en concéder par ailleurs".

- Qui, parmi l'administration publique, était représenté lors du congrès d'Alliance-Québec? Seules deux personnes de l'Office de la langue française, semble-t-il. Il aurait été "utile d'aller voir ce qui se passe". Les journalistes reprochent à cette

administration de n'être pas présente à l'événement, de ne pas savoir être là lorsque c'est le temps, pour prendre le pouls de la situation.

2.5 Les suggestions et recommandations d'action

Les journalistes se sont longuement attardés à proposer des solutions, à suggérer des mesures correctives face aux difficultés qu'eux-mêmes rencontrent dans l'exercice de leur profession, la principale étant d'avoir une rétroaction sur leurs textes et d'être supportés par un encadrement adéquat. Pour ce faire, quelques mesures individuelles ont été suggérées mais le consensus s'est rapidement fait sur la nécessité d'avoir une réponse organisée, structurelle à ce problème.

Nous rapporterons donc dans un premier temps l'ensemble des propositions qui s'adressent aux journalistes et, dans un second temps, nous présenterons les autres suggestions qui concernent l'ensemble du public et les pouvoirs en place.

2.5.1 Pour les journalistes

"J'aimerais que quelqu'un me dise mes fautes".

"J'adorerais que quelqu'un me fasse Le Devoir au crayon rouge".

Exprimé sous une forme ou sous une autre, le même besoin ressort: "avoir quelqu'un qui ferait de la correction de façon plus systématique et adaptée aux besoins des journalistes". Toutes les personnes présentes ont acquiescé à cette affirmation ("de tous les âges, de tous les médias") en précisant qu'il ne s'agit pas seulement de souligner les fautes mais aussi d'aider à enrichir la langue, d'avoir une action positive, pas seulement défensive.

- Un participant s'est chargé de préciser les besoins.

Partant du principe que les journalistes sont là pour longtemps, puisque les postes sont bloqués, il est nécessaire d'apporter des correctifs à la situation actuelle, d'améliorer les gens qui sont en place. Les journalistes ont besoin d'être supportés, encadrés, "coachés", et pour que ce "coaching" soit efficace, il faut qu'il colle à leurs besoins très concrets. Ainsi, les bulletins qui viennent d'en haut manquent leur but parce qu'ils n'arrivent pas au moment où le problème se pose. Même s'ils sont lus, on ne pense pas toujours à les utiliser lorsque la situation se présente. Comme on travaille vite, on a besoin d'une réponse au moment où le problème se pose et on a des problèmes d'écriture tous les jours. Il faut donc quelqu'un sur place, accessible à la demande. Si on pense utiliser des personnes déjà là pour remplir une telle fonction, il faudra y renoncer car les pupitres n'ont pas nécessairement les qualités requises pour ce faire. Et, quelles sont ces qualités? Cette ou ces personnes devraient très bien connaître la société québécoise et la pratique journalistique, sous l'aspect notamment de la langue de communication. Ce pourrait être des journalistes plus âgés, qui n'ont peut-être plus d'énergie pour aller sur le terrain et qui pourraient de cette façon faire bénéficier les autres de leur grande expérience. "Et le fait d'avoir des gens dans les salles de rédaction même, ça prend en charge la dimension émotionnelle, ça apporte une dimension maternage, "coaching". La balle est donc lancée dans le camp des directions des entreprises de presse.

- La question de savoir si un tel service d'aide linguistique pourrait éventuellement être regroupé en un seul endroit et être assumé conjointement par les entreprises de presse et par le gouvernement au moyen d'une subvention n'a pas été débattue.

- Un participant a mentionné aussi la possibilité "d'avoir quelqu'un quelque part qui, quotidiennement, nous sert de cons-

cience pour la langue française". Il s'agirait alors de développer chez les journalistes le souci de bien s'exprimer autant que de lui fournir des outils pour y parvenir.

Le but de toutes ces recommandations est de développer et d'utiliser une véritable langue de communication autant écrite que verbale, qui améliorerait vraisemblablement les relations avec le public.

- Le rôle de l'Office de la langue française a aussi été évoqué à ce sujet. Parmi les publications de l'Office, on n'en remarque aucune destinée aux travailleurs des médias. Pourrait-il y avoir un bulletin périodique ou mensuel, destiné à tous les journaux et qui viserait l'amélioration du français dans les médias en se basant sur les fautes largement commises et relevées? Une telle publication, si elle venait à exister, devrait éviter d'être défensive, négative, pour éviter "de dessécher la langue" mais axée sur l'enrichissement de la langue.

- Puisque la qualité de la langue des médias est liée à la motivation des journalistes à l'entretenir, il est suggéré de porter attention à cet aspect et de les supporter à ce niveau aussi: "si la volonté ne se fait pas assez grande de faire encore mieux notre travail, de l'exprimer encore mieux, des journalistes vont être tentés d'aller ailleurs pour trouver plus de "challenge", de défi (...), dans les médias anglophones".

2.5.2 Pour le public et les pouvoirs en place

- Une entente négociée avec la Presse canadienne permettrait de diffuser quotidiennement un texte que les quotidiens reprendraient à volonté. Les textes, genre communiqué inviteraient de façon attrayante et positive les gens à mieux s'exprimer. Par

cette méthode "qui ne coûte rien", "vous toucheriez tout le monde, y compris les journaux, les chefs de pupitres qui seraient les premiers concernés".

- Certaines remarques ou commentaires faits précédemment conduisent à des suggestions. Ainsi, il y aurait lieu de recommander aux pouvoirs en place d'encourager par toutes sortes de moyens la compréhension de l'autre langue, dans l'ensemble de la population francophone surtout puisque ce sont les francophones qui majoritairement ignorent l'anglais.

- Quant aux recommandations qui touchent la manière de fonctionner de l'administration publique et du gouvernement, elles visent à rendre l'administration plus présente à ce qui se passe dans la réalité, à aller sur le terrain et à modifier l'approche du gouvernement dans les questions linguistiques pour éviter qu'il impose de façon contraignante ses changements.

3. RENCONTRE AVEC DES PROPRIÉTAIRES ET ADMINISTRATEURS DE MÉDIAS

Parmi les sept personnes qui se sont présentées à la rencontre, une seule venait de la presse écrite. Les débats ont donc été naturellement conduits par les gens des médias électroniques, de la télévision surtout. Mais même à l'intérieur de ce groupe, des clivages ont émergé dans les préoccupations selon qu'on représentait une entreprise d'État ou une entreprise privée, et dans ce cas les journaux, tous aux mains d'intérêts privés, pourront se retrouver.

La discussion s'est articulée essentiellement autour de deux thèmes:

1. la qualité de la langue dans les médias
2. le contexte et l'avenir de la télévision francophone au Québec

Quelques autres points ont été abordés de façon hâtive. Nous les regrouperons et en rendrons compte dans un troisième temps.

3.1 La qualité de la langue dans les médias

Dans l'esprit de plusieurs intervenants, qualité de la langue est liée à "beau langage (...) aseptisé", qui ne rejoint personne, dans lequel personne ne se reconnaît et qui coupe la communication. Naturellement, d'autres interventions sont venues faire le contrepois: le langage est quelque chose de vivant, ceux qui s'en servent doivent se sentir à l'aise, il ne s'agit donc pas de les embrigader dans une forme quelconque, aseptisée ou compliquée. Bien s'exprimer n'est pas pédantisme, avec des mots extraordinaires; il s'agit de s'exprimer simplement mais correctement en suivant les conventions grammaticales.

3.1.1 Les intentions des dirigeants d'entreprises quant à la qualité de la langue

Tous manifestent un intérêt pour la qualité du français exprimé dans leur média respectif: on veut respecter la langue, la promouvoir. Mais les intentions s'affirment de façon différente selon les postes ou journaux.

"A Radio-Canada, la qualité de la langue chez nous a toujours été considérée comme une efficacité à long terme de la communication. C'est sûr que le degré de qualité qu'on a peut être contestable, il y a quand même une certaine aspiration vers une langue de qualité, et çà on l'entretient, on cherche à conserver çà et à l'affirmer de plus en plus avec des succès relatifs (...). Notre préoccupation est de rejoindre notre public dans ce qu'il a de spécifique et ce qu'il a de spécifique en Amérique du Nord, c'est notre langue".

"La qualité de la langue parlée à la télévision est une chose des plus sacrées car les gens prennent la qualité de la langue parlée à la télévision comme point de repère. (...) Quand on rabaisse le point de repère, on viole, je pense, le goût, la puissance, l'énergie et l'habitude de s'identifier à une télévision qui est francophone et à une radio aussi qui est francophone".

"On a un rôle à jouer au sein d'une industrie culturelle" et le devoir aussi de continuer l'effort des écrivains qui ont voulu purifier la langue. Comme FM "nous sommes à 70 % musical", c'est à la qualité de la chanson qui "est un outil de communication populaire extrêmement valable" qu'il faut veiller. Cet intervenant insiste sur le fait qu'il ne faut pas "attiser notre misère", mais au contraire se dépasser et évoluer le plus possible."

Les médias qui ont besoin de leur public pour les faire vivre, soit que les gens achètent directement le produit (journal), soit que leurs recettes en terme de publicité sont évaluées selon leur cote d'écoute, sont plus réticents à acheter une telle argumentation et apporte sur ce point une nouvelle problématique. Pour eux, c'est la communication qui compte: il n'est pas question de passer la qualité de la langue avant la communication car "si on ne réussit pas à communiquer, on perd le sens de notre raison d'être. (...) On va prendre des journalistes qui communiquent la nouvelle dans un langage qui va traverser la clôture. (...) A tous les jours, on réussit à communiquer avec le Québec. (...) On parle la langue de la communication. Il y a une recherche, une volonté au niveau de l'entreprise de s'améliorer constamment, mais jamais, jamais de passer la qualité du français avant la communication". Ce n'est pas la qualité de la langue qui fait vendre le produit ou qui pousse les gens à regarder les émissions, et comme il faut donner au public ce qu'il demande, puisque de son choix dépend la survie de l'entreprise, la qualité de la langue viendra au second plan dans la préoccupation des dirigeants.

3.1.2 Les mesures prises dans les différents médias pour encourager la qualité

- Dans un poste FM, on a décidé de ne plus diffuser de chansons "joualisantes", mais celles des grandes vedettes, pour maintenir un certain niveau de qualité. Au début, "on était très contesté surtout par les radios communautaires" qui nous reprochaient de parler une langue élitiste ou de vouloir éduquer les gens. "Maintenant, on n'en parle plus, c'est acquis".

- A Radio-Canada, on prend pour acquis qu'on doive, comme diffuseur, offrir des niveaux de langue variés pour fournir à la population "des éléments de dépassement" lui permettant d'évoluer dans sa langue. Il existe donc dans cette entreprise une poli-

tique linguistique qui vise à développer chez les animateurs et les autres travailleurs un souci de la qualité plus qu'à leur imposer l'emploi d'expressions justes. "Quand ce souci est créé, 90 % du problème se trouve réglé". Un service de linguistique a été élaboré pour concrétiser un aspect de cette politique. Ainsi, il offre aux travailleurs de l'entreprise "des instruments qui leur permettent de s'améliorer, de travailler, d'avoir une langue de communication plus efficace", mais il n'impose rien. Conséquemment, les résultats sont mitigés puisqu'ils dépendent de la volonté des gens à s'en servir. Si, comme cela a été noté dans une rencontre précédente, un animateur n'a pas obtenu les fiches du service, c'est qu'il ne les a pas demandées, car elles sont automatiquement envoyées sur demande. Un regain d'intérêt est noté actuellement puisque la fréquence d'utilisation du service augmente.

- Au Journal de Montréal, la proposition d'avoir un service de correction accessible aux journalistes et qui pourrait éventuellement être en partie subventionné par le gouvernement a été refusée, la part que l'entreprise fait en matière de correction est jugée satisfaisante — correction de textes et correction d'épreuves d'imprimerie — même si on sait bien qu'elle est toujours perfectible; mais cette responsabilité appartient à l'entreprise et non au gouvernement.

- Ailleurs, dans les autres médias, il ne semble pas qu'on ait explicité de politique linguistique, la crainte dans un cas d'avoir des représentations syndicales y est peut-être pour quelque chose.

3.1.3 Pourquoi a-t-on besoin d'aider les communicateurs dans leur performance linguistique?

La formation dispensée aux communicateurs professionnels est jugée déficiente, "ce n'est pas normal d'avoir à apprendre la grammaire à un communicateur professionnel, ça devrait faire partie intégrante de sa fonction". La faute en revient-elle au rapport Parent qui a privilégié les facteurs de changements et aux "éducateurs de pointe" qui oeuvrent dans la même ligne? Chose certaine, les entreprises de presse en subissent les retombées.

Une certaine philosophie de la spontanéité a également contribué à éroder la qualité de l'expression française, et lorsqu'on veut dépasser ce type de langage, ça devient guindé ou artificiel parce qu'on n'a pas appris le langage qui convient.

3.1.4 Les dirigeants de médias pensent-ils avoir un impact linguistique sur leur public?

D'après les interventions des personnes présentes autour de la table, on peut comprendre que le problème ne se pose pas dans ces termes-là aux administrateurs des entreprises de presse.

Pour les uns, l'impact s'évalue en terme de communication et non de langue. Si la communication marche bien, on estime que la langue utilisée pour la faire passer est convenable puisqu'elle réussit à rejoindre les gens et il n'y a pas lieu de la modifier.

Pour les autres, semble-t-il, il ne s'agit pas de l'influence de la télévision sur le public mais d'identification du public à la télévision. Si cet impact a pu avoir lieu au début de la télévision ici, dans les années '50, alors que la télévision a été un puissant facteur de changement pour la communauté francophone, il n'existe plus aujourd'hui. Mais on en hérite quelque chose: une forte identification du public aux produits québécois, à ce qui leur ressemble; les télé-romans, par exemple, ont toujours eu la plus grosse cote d'écoute, les films

québécois aussi, "le facteur d'identification aux comédiens québécois est très fort parce qu'étant tellement fragile (...) on a une fidélité incroyable à se raccrocher à ce qui nous ressemble le plus".

Dans cette optique, la télévision porteuse de l'identité d'un peuple a une responsabilité énorme, en terme de langue également, puisqu'il lui appartient de la maintenir vivante et en bonne santé pour conserver l'identité.

3.2 Le contexte et l'avenir de la télévision francophone

L'avenir de la télévision francophone au Québec pose un problème précisément en raison de son contexte. "De plus en plus les médias francophones doivent se battre pour conserver leur place au soleil": les francophones se tournent toujours plus nombreux vers les réseaux américains de télévision, maintenant que, par câble, ils deviennent plus accessibles et qu'ils le seront encore davantage prochainement par satellite. Maintenant que la télévision francophone est obligée de compétitionner avec la télévision américaine pour garder le public qui auparavant lui était assuré, comment peut-elle espérer sortir de cette compétition? Quels facteurs jouent à son avantage ou en sa défaveur? La langue, la culture françaises sont-elles menacées par cette pénétration des médias américains auprès du public francophone? L'auditoire va-t-il se fragmenter au point où il sera trop restreint pour faire vivre des entreprises de communication privées francophones? Telles sont les questions qui ont préoccupé les dirigeants présents durant la plus grande partie de la rencontre.

3.2.1 Pouvons-nous soutenir la compétition des productions américaines?

Ces productions, que le public a l'air de tant aimer,

sommes-nous capables d'en faire d'aussi bonnes et en français? La réponse s'impose d'emblée; "il y a une espèce de loi de la pesanteur contre laquelle on est plus ou moins puissant. On est 5 millions sur un continent de 250 millions; c'est un petit peu normal qu'on ait du mal à tenir notre bout en face de çà".

Par manque de ressources financières d'abord. Les émissions qui sont populaires sont à grand déploiement, donc coûtent très cher. Notre marché ici est petit, et les ressources y sont proportionnelles: les revenus de publicité ne seront jamais aussi importants que pour un réseau de télévision qui touche 200 millions de personnes. Ce qui leur permet d'engager aussi au niveau de la conception et de la scénarisation tout un personnel dont on est obligé de se priver ici.

- Par manque de ressources humaines également. Notre réservoir d'artistes est limité; on se passe les auteurs d'une chaîne de télévision à l'autre, il ne faut pas s'étonner si le genre des émissions ne se renouvelle pas beaucoup. Nos personnalités aussi sont peu nombreuses. Les mêmes refont l'événement souvent, les émissions à base d'entrevues s'usent vite.

- Dans le sport, cela s'applique aussi. On manque de moyens pour réaliser des émissions en direct. Le téléspectateur intéressé ne retrouvant pas l'ambiance dans une émission réalisée en studio écouterait le match en direct sur un réseau américain. Dans les variétés également puisque ces émissions coûtent cher à produire, et comme elles offrent un divertissement facile au téléspectateur qui n'a vraiment pas besoin de savoir l'anglais pour les suivre, elles exercent un attrait certain sur l'auditoire francophone.

- Nous n'avons pas les moyens non plus d'offrir toute la

variété de services qu'offrent les télévisions américaines, comme par exemple: météo ou nouvelles 24 heures par jour.

- Pourrions-nous alors offrir en version française les émissions en même temps qu'elles sortent sur les réseaux américains pour éviter de perdre le téléspectateur friand de nouveauté? C'est impossible, le marché américain se réserve les droits de la première et de la seconde présentations et ne les rendent disponibles au doublage que pour les présentations subséquentes. Il y aura donc toujours un décalage dans le temps entre la diffusion de la version originale et celle de la traduction. Le problème se complexifie un peu à ce niveau car, si en France ou ailleurs il n'est pas tellement important d'être quelques saisons en retard dans la présentation, ici cela l'est davantage, puisque le Canada étant considéré comme le marché domestique des États-Unis, la version originale est accessible aux téléspectateurs dès la première présentation.

3.2.2 L'écoute des médias électroniques américains peut-elle conduire à l'assimilation?

- L'inquiétude à ce sujet est vive chez certains dirigeants d'entreprise. Sans perdre nécessairement sa langue, on peut en arriver à perdre sa culture. "A force de se faire exposer à la façon de penser anglophone, tranquillement, le consommateur va s'habituer à penser en anglais, à réagir en anglais et il va être déchiré. Ses tripes sont francophones mais il va être habitué à réagir dans sa vie quotidienne à une autre culture". L'exemple des communautés francophones hors Québec n'est pas rassurant à cet égard. Ici "on risque de continuer à parler en français, mais on va penser en anglais, on risque plus de perdre la culture que la langue".

Sans peut-être aller jusque-là, il y a danger tout de même d'adopter certaines valeurs véhiculées dans ces émissions. On constate que "les émissions les plus populaires sont celles qui nivellent par le bas", celles qui attirent le public par leur facilité.

- Un autre danger tout aussi réel est le risque de fragmentation de l'auditoire qui regarde présentement les postes de langue française. L'entreprise privée dépendante de sa cote d'écoute pour survivre, voit son public se disperser au profit de chaînes étrangères. Sa position s'affaiblit et elle se demande comment elle peut contrebalancer le mouvement, compte tenu de la faiblesse de ses ressources. La présence de signaux français ou de la francophonie peut-elle faire le contrepois à l'invasion américaine et contribuer à renforcer l'écoute des postes québécois? Pas nécessairement, puisqu'ils auront aussi pour conséquence de disperser l'auditoire davantage et d'affaiblir les postes existants sur le territoire.

Il n'est même pas certain que ce soit une question de ressources puisque même si on investit plus, si on fait davantage de productions, le choix appartient aux consommateurs et on n'est pas sûr qu'ils maintiendront leur fidélité aux postes de langue française.

- D'autres intervenants ne partagent pas cette inquiétude. Pour eux, le fait de donner le choix aux consommateurs n'est pas nécessairement un facteur d'assimilation linguistique. Par exemple, si les jeunes écoutent CHUM-FM "ce n'est pas parce qu'ils veulent parler anglais, mais parce qu'ils veulent écouter un type de musique qui correspond à leur sensibilité". Ce n'est pas parce qu'on fait des incursions dans d'autres cultures qu'on va abandonner notre identité, notre culture ou notre langue. "Le français n'est pas menacé et je trouve merveilleux qu'on ait accès

à plusieurs signaux, à plusieurs formes d'expression. Faut pas se mettre à revenir au ghetto". "Les choix en télévision se modifient très lentement et ça prend plusieurs générations. Ce n'est pas un facteur d'assimilation linguistique; il n'y a aucune preuve de ça nulle part au monde". Il y a donc lieu d'offrir des choix culturels variés au téléspectateur qui choisira lui-même ce qui lui convient et il est peu probable que Antenne 2 soit plus écoutée que Michel Jasmin. Les facteurs d'identification, l'attachement des Québécois à ce qui leur ressemble sont assez forts pour écarter selon ces intervenants tout risque d'assimilation par la langue.

Comment la fréquentation d'autres cultures va-t-elle modifier la nôtre propre? Personne n'est intervenu précisément là-dessus. On comprend cependant que cela fait maintenant partie des règles du jeu de notre mode de vie actuel, et il ne saurait être question de revenir sur ce phénomène et d'empêcher cette interpénétration culturelle même si l'on doit, par ailleurs, protéger davantage notre culture et notre identité propres. La télévision américaine rayonne dans le monde entier ou presque. Peut-on l'empêcher de nous atteindre? est-ce souhaitable?

3.2.3 Quelques pistes de réflexion pour l'avenir

- Faut-il augmenter quantitativement la production faite ici? Une injection de capitaux dans ce but aiderait-elle les entreprises existantes? Cela peut y contribuer mais ce n'est pas certain, de penser un intervenant; encore faudrait-il, en même temps, convaincre le consommateur de préférer ces émissions aux autres. Peut-être, suggère un autre, faudrait-il faire un marketing aussi puissant que celui auquel il fait face du côté américain en insistant sur ce qui nous est spécifique à nous?

- Notre carte à nous, c'est notre spécificité culturelle qu'il faut "reconnaître, identifier et épanouir". "Les jeunes qui

écoutent la télévision américaine répondent aux stimulations de l'environnement. (...) On va les rapatrier le jour où il se poseront le problème de leur identité". On est des francophones "et c'est ça qui fait qu'on est ce qu'on est et qu'on est différent de ceux qui nous entourent. Il y a dans la société québécoise une pulsion vers l'expression de cette identité autonome. Les Québécois veulent rester francophones". Les médias sont tributaires du contexte général puisque, dans tous les plans d'activité, la présence américaine et anglophone se fait pesamment ressentir: "c'est le prix qu'on a à payer pour être nous-mêmes, et il faut être prêt à le payer si on veut être nous-mêmes". Il est donc plus difficile de faire une radio, une télévision "mais la carte de l'identification se joue efficacement ici", sans complaisance toutefois, "car il faut appeler les gens à se dépasser, à un certain progrès".

- Nous avons des leviers dont nous pouvons nous servir, nous avons une force puisque nous sommes regroupés, ce que les minorités hors Québec n'ont pas. Ce sont des acquis dont il faut se servir, en gardant, par exemple, une certaine cohésion, en ne cherchant pas toujours à critiquer ce qui se fait.

- Il y aurait lieu aussi de s'interroger sur ce qu'on veut dire quand on dit "on doit donner ce que le consommateur nous demande", de se questionner "en terme de créativité". "Ce que le consommateur attend quand on est dans une entreprise de communication c'est qu'on puisse le ressourcer, inventer, créer". La production actuelle répond-elle à ces critères?

- Une autre interrogation est également restée en suspens: celle concernant les possibilités de doublage et l'accessibilité au marché français des films post-synchronisés ici. Actuellement, tout ce qui est doublé au Québec n'est pas accepté en France. Les syndicats de cinéma français s'y opposent farouchement. Lorsqu'on

double, on le fait strictement pour notre marché interne, ce qui est très onéreux. Par ailleurs, si on veut une copie française d'un film ou d'une série d'émissions, il faut attendre que la France le fasse. Et cela a parfois pour conséquence que "le langage utilisé ne nous dise absolument rien" comme cela a été le cas d'un film sur le hockey. Il y aurait certainement lieu de rouvrir ce dossier.

3.3 Les autres considérations

Nous regroupons ici quelques opinions sur des sujets épars qui n'ont fait l'objet que d'une ou deux interventions.

- L'affichage, le libellé des raisons sociales ont grandement progressé. Ces dernières témoignent de beaucoup de créativité dans leur expression. Mais le point de non retour n'est pas atteint, notre situation linguistique est toujours menacée et sans doute le sera-t-elle toujours.

- On remarque que le système d'éducation ne s'est pas ajusté à cette nouvelle réalité: "maintenant qu'on peut gagner sa vie en français, on aurait dû attacher plus d'importance à la formation linguistique des futurs candidats sur le marché du travail".

- L'avenir de la Loi 101 et de la législation linguistique en général ne concerne pas les entreprises de presse. Aucune disposition actuelle ne les touche et une discussion à ce sujet en serait une politique dans laquelle les dirigeants présents ont préféré ne pas entrer.

- La place du français dans la télé-distribution a tenté d'être évaluée par un participant. Actuellement, cela a rendu 4 canaux américains et TVFQ 99 accessibles, les autres contenus

n'étant pas significatifs en terme d'importance. Des régions éloignées ont pu être rejointes grâce au câble mais l'auraient été bientôt par satellite. L'importance de ce mode de distribution est donc difficile à évaluer.

Ce qui est intéressant et nouveau, c'est la télévision payante. On regrette que le CRTC ait morcelé les marchés parce que les nombreux systèmes vont se couper les marchés les uns les autres, mais il sera sûrement possible d'avoir un impact dans les milieux francophones. A moins que la télé-distribution suive la même voie que celle observée lors de la création de nouvelles stations canadiennes, c'est-à-dire une augmentation des contenus américains.

4. CONCLUSION

Ayant traité ces rencontres comme une sommation d'entrevues individuelles où chaque opinion est importante et où toute représentativité des milieux concernés est exclue, il nous est difficile, aux termes de ces comptes rendus, d'en faire une synthèse, de donner force à certaines opinions en les reprenant dans une conclusion alors qu'elles sont peut-être marginales dans l'ensemble d'une profession ou d'un milieu. Cette mise en garde étant faite, étant bien compris que les opinions et avis regroupés ici sont seulement ceux des personnes qui se sont présentées aux rencontres et qu'il n'est pas question pour nous de les généraliser à l'ensemble du monde des médias ou à celui des professions concernées, nous pouvons maintenant faire ressortir les points significatifs de ces rencontres.

Après avoir brièvement évoqué la note dominante de chaque rencontre, nous reviendrons :

1. sur les sujets qui semblaient faire l'unanimité des personnes présentes, sur les similitudes de points de vue;
2. sur les sujets qui ont mis en évidence des divergences dans les opinions exprimées;
3. sur les propositions d'action.

L'objectif majeur du Conseil d'avoir, par l'entremise des gens des médias, un regard privilégié sur la situation linguistique à Montréal n'a été qu'en partie atteint puisque, d'une part, la majorité des participants ont surtout parlé de la langue en relation avec leur profession et que, d'autre part, un groupe en entier, celui des dirigeants d'entreprise, a refusé d'entamer une discussion sur ce sujet.

4.1 La note dominante de chaque rencontre

4.1.1 Les animateurs

Les animateurs présents nous ont semblé particulièrement préoccupés par la qualité de la langue, non seulement pour eux-mêmes ou pour le monde des communications, mais aussi dans l'ensemble de la population, ils se sentent concernés par la performance linguistique de la population québécoise et s'en considèrent, dans une mesure, responsables. Les problèmes linguistiques de la population leur tiennent à coeur. On les sent solidaires des mesures gouvernementales en la matière et enthousiastes d'avoir enfin des appuis, de sentir leurs préoccupations partagées et traduites dans une législation qui a effectivement des résultats dans le sens souhaité.

4.1.2 Les journalistes

Les journalistes constituaient le groupe le plus nombreux, le plus diversifié quant à la provenance des participants et conséquemment le moins homogène. Ils avaient essentiellement en commun le désir de parler de situations concrètes, de leur vécu en temps que journalistes au travail et la majorité des débats a porté sur cet aspect. Ils ont aussi voulu, dans leur ensemble, apporter leurs perceptions critiques sur les mesures gouvernementales et les répercussions de ces dernières sur la situation linguistique de Montréal et du Québec, ces échanges ayant, par ailleurs, révélé nombre de divergences à ce sujet.

4.1.3 Les dirigeants d'entreprises de presse

Un clivage très net au sein de ce groupe s'est dessiné tout au long de la discussion selon que les participants représentaient une entreprise privée ou une entreprise d'État, les préoccupations et les besoins étant totalement différents dans un cas ou dans l'autre, et on peut dire sans se tromper, que ce sont

Les entreprises privées qui ont dominé le débat.

Ce groupe a parlé essentiellement de ses préoccupations, de ses inquiétudes devant l'évolution de la situation des médias au Québec, refusant d'aborder des questions générales en dehors du champ de leurs activités, comme la situation linguistique à Montréal, par exemple.

4.2 Les similitudes de points de vue

4.2.1 La Loi 101 était une nécessité

Dans les groupes où le sujet des mesures gouvernementales a été discuté, personne ne s'est montré en désaccord avec la Loi 101, tous se sont dits pleinement en accord avec les fondements de la Loi 101, avec les raisons d'être d'une telle législation, même si quelques personnes ont manifesté des résistances quant à ses modalités d'application.

Quant à savoir si l'on est parvenu à un point de non retour, à l'étape où la langue est enfin en sécurité, la majorité des interventions indique que non et que vraisemblablement ce point ne sera jamais atteint compte tenu du contexte socio-géographique d'une part et de l'évolution de la technologie en matière de communication d'autre part. L'État doit donc continuer à être vigilant et à intervenir dans ce domaine. Toutefois, les personnes ne s'accordent pas sur la perception et sur la compréhension de la situation actuelle donc sur les objets d'interventions actuels et futurs.

4.2.2 La situation linguistique a évolué positivement à Montréal et au Québec

Concrètement, depuis la Loi 101 et les autres législations ou réglementations antérieures, la situation linguistique à Montréal

a changé, c'est le français qui domine maintenant au détriment de l'anglais. Et plus généralement, l'expression française s'est affirmée au Québec, principalement depuis l'avènement de la télévision. Les francophones utilisent davantage une langue dont, maintenant, ils sont fiers.

4.2.3 L'enseignement de la langue dispensé au Québec est remis en question

Toutes les interventions portant sur la formation ont été unanimes pour mettre en évidence les lacunes de cette dernière, essentiellement sur le plan de la langue écrite. Les moyens n'ont encore été trouvés, semble-t-il, pour enseigner massivement une langue écrite et orale de qualité à des jeunes qui, maintenant qu'ils ont accès au marché du travail dans leur langue, ont à l'utiliser quotidiennement.

4.2.4 La télévision de langue française est, au Québec, dans une situation précaire

La télévision de langue française a toujours été "un miracle" ici compte tenu de la faiblesse de ses ressources et de la compétition qu'exerce le géant américain. Avec l'évolution de la technologie en matière de communication, cette compétition est renforcée. Sera-t-on capable de tenir encore longtemps? Aura-t-on encore un public d'expression et de culture francophones pour écouter les émissions de télévision produites ici et pour faire vivre une ou des entreprises privées? Si oui, combien de temps? L'écoute des médias de langue anglaise peut-elle conduire à une forme d'assimilation des francophones?

Si tous les intervenants ne sont pas d'accord pour interpréter l'évolution de la situation dans ces termes-là, cette vision semble toutefois être partagée par la majorité des participants qui

se sont exprimés là-dessus à l'une ou l'autre des trois rencontres.

4.2.5 Les gens de communication ont une responsabilité dans la qualité des usages linguistiques de la population

Cette proposition rallie tous les participants, à l'exception des dirigeants des entreprises privées de communication présents autour de la table. La majorité des intervenants s'entend donc pour reconnaître une influence des médias sur la qualité de la langue du public, l'importance prépondérante dans ce domaine revenant à la télévision (la langue est une des composantes de l'identité que véhicule la télévision). En accord avec cet énoncé, journalistes et animateurs demandent à leurs employeurs de les aider, par un encadrement adéquat, à mieux jouer leur rôle dans ce domaine.

4.3 Les divergences de points de vue

4.3.1 Les entreprises de presse sont soucieuses de leur performance en communication plutôt que de leur performance linguistique

A l'encontre de leurs employés, les dirigeants des entreprises de presse privées n'accordent pas une attention prépondérante à la qualité du français utilisée dans leur média, pour eux, la communication s'évalue en termes de cote d'écoute, de popularité et l'influence de la langue sur le public ne rentre pas dans cette problématique.

Alors que journalistes et animateurs voient d'un bon oeil une participation de l'État, sous une forme ou une autre, à la mise sur pied d'un service d'aide au niveau de la langue, les entreprises privées y sont défavorables et considèrent que cet aspect est de leur ressort exclusif.

4.3.2 Les divergences sont apparues quant à la perception et à l'interprétation de la situation actuelle

La situation actuelle permet-elle d'alléger la portée de la Loi 101 ou, au contraire, exige-t-elle de maintenir une position ferme? Nous avons entendu des réponses contradictoires à cette question, les divers participants n'étant pas placés aux mêmes points d'observation et n'interprétant pas les faits de la même façon. Le français a progressé, les anglophones l'apprennent de plus en plus, mais la précarité de ces acquis est plus évidente pour certains que pour d'autres.

A la constatation d'un participant qui déplore que trop de francophones ignorent l'anglais répond celle d'un autre qui voit avec inquiétude une partie du public d'expression française se tourner vers les médias de langue anglaise.

Il est clair que la problématique des rapports entre la minorité et la majorité ne se lit plus dans les mêmes termes qu'autrefois et que, d'autre part, la nouvelle problématique ne s'est pas encore dégagée et imposée pour interpréter ces mêmes rapports aujourd'hui. Les modalités de la nouvelle rencontre du français et de l'anglais restent à comprendre.

4.4 Les propositions d'action

Nous reprenons ici les suggestions émises au cours des rencontres, gardant toutefois à l'esprit qu'une proposition peut n'avoir été lancée que par une seule personne.

4.4.1 La demande des journalistes et des animateurs d'avoir un service d'aide linguistique

Le besoin d'un service d'aide linguistique accessible aux travailleurs des médias fait consensus chez les animateurs et

journalistes présents. Mais les structures ou les modalités de fonctionnement d'un tel service n'ont pas été suffisamment développées pour en arriver à des propositions concrètes, à l'exception des journalistes de certains quotidiens de Montréal qui envisagent l'implantation d'un tel service dans leur propre journal, pour leur usage exclusif. Quant aux autres, oeuvrant surtout dans la presse électronique et parfois en improvisateurs, ils ont évoqué plusieurs façons d'avoir de l'aide, sans toutefois entrer dans les détails d'opération:

- écouter les animateurs durant leurs émissions, relever leurs fautes et leur suggérer des correctifs;

- créer un service d'aide linguistique accessible pour consultation aux travailleurs des médias, lequel pourrait éventuellement intervenir, d'une manière, ou d'une autre, pour proposer des améliorations; un tel service pourrait être commun à plusieurs postes de radio ou de télévision ou être rattaché à l'un d'entre eux;

- faire produire par l'Office de la langue française un bulletin destiné spécifiquement aux travailleurs des médias et dont les interventions viseraient à améliorer leurs performances linguistiques.

4.4.2 Les propositions pour améliorer la qualité du français de la population

La majorité des propositions suggère d'utiliser précisément les médias pour sensibiliser les gens à la qualité de la langue et pour essayer de leur donner des outils pour l'améliorer. Il a été question:

- d'utiliser la publicité pour inviter les gens à mieux

s'exprimer, à maîtriser leur langue et leur vocabulaire, une publicité axée sur le goût et le plaisir de communiquer, de se comprendre.

- de présenter des émissions à caractère éducatif pour atteindre ces objectifs, mais des émissions moins sérieuses que celles diffusées autrefois (exemple: Travail à la chaîne, Passe-partout).

- de diffuser des communiqués par l'entremise de la Presse Canadienne lesquels seraient largement repris par les quotidiens.

Dans un autre ordre d'idées, il a été suggéré de diffuser plus largement au grand public des guides terminologiques pour répandre l'usage des termes appropriés dans des secteurs d'activité spécialisés (garages, construction, etc...).

4.4.3 La réouverture du dossier du doublage

Même si cette question n'a été abordée que lors d'une seule rencontre, elle mérite d'être reprise ici. Le Québec est pénalisé par la politique actuelle en matière de doublage, le marché français étant fermé aux productions post-synchronisées ici et d'autre part le public québécois devant attendre longtemps la copie française des émissions présentées chez lui en version originale. Il est par conséquent, demandé aux autorités gouvernementales de rouvrir ce dossier avec la France pour tenter d'en arriver à un accord plus juste pour le Québec.

PARTICIPANTS AUX RENCONTRES

A N I M A T E U R S

(18 octobre - 19 h 30)

Janette Bertrand
Michel Desrochers
Hélène Letendre

Rock Poisson

E N T R E P R I S E S

Radio-Québec
C J M S
La parole est à vous - FORUM
(rechercheur)

C K A C

J O U R N A L I S T E S

Presse écrite et parlée (19 octobre - 9 h 00)

Lise Bissonnette	Le Devoir
Louise Blanchard	Le Journal de Montréal
Lysianne Gagnon	La Presse
Claude Lavergne	Dimanche-Matin
Jean-Pierre Proulx	Le Devoir
Michel Roy	La Presse
Réjean Tremblay	La Presse
Henri Bergeron	Radio-Canada
Charles Faribault	T.V.A.
Raymond Laplante	Radio-Canada
Réginald Martel	Radio-Canada et La Presse

D I R I G E A N T S

d'entreprises de presse (19 octobre - 19 h 00)

Claude Blais	T.V.A.
Colette Chabot	CIME - FM
Robert Dubuc	Radio-Canada
André Gourd	Québecor Ltée et Journal de Montréal
Jules Lajoie	CIME - FM
Bernard Montigny	T.V.A. - Télémétropole
Claude Sylvestre	Radio-Québec

SUJETS DE DISCUSSIONS SUGGÉRÉS

I) La langue dans l'exercice du métier

1. L'importance accordée à la qualité du français dans chacun des médias;
2. L'intérêt manifesté par les animateurs, les journalistes et les dirigeants d'entreprise touchant les questions linguistiques au Québec;
3. L'effet des contraintes quotidiennes et de la traduction sur la qualité du français;
4. Les possibilités de perfectionnement;
5. L'influence des médias sur les usages linguistiques de la population;
6. Les exigences linguistiques des lecteurs;
7. L'attrait exercé par les médias anglophones auprès des francophones;
8. La presse québécoise et le développement de médias francophones internationaux.

II) Évaluation de la situation linguistique dans la région de Montréal:

A) Statut de la langue:

1. La francisation du monde du travail;
2. L'affichage public;
3. La prestation de services en français dans les établissements commerciaux et les institutions publiques;
4. L'image culturelle et linguistique véhiculée par les médias.

B) Qualité de la langue

- L'état de la qualité du français à Montréal: le français usuel, la langue des grands organismes privés, publics et parapublics.

C) Les organismes créés par la Loi 101:

Conseil de la langue française
Office de la langue française
Commission de Surveillance

- leur rôle dans la francisation
- l'impact de leurs interventions

D) L'évolution des situations

- Perception des situations conflictuelles: affichage, accès à l'école anglaise, accès aux ordres professionnels.

III) L'avenir de la langue

1. La francisation a-t-elle atteint un point de non retour?
2. Les conditions de son développement
 - les nouvelles priorités linguistiques à définir
 - les modifications législatives et réglementaires souhaitées
 - les échanges culturels avec la francophonie
3. Les aspects linguistiques de la restructuration scolaire
4. La télédistribution
 - la place du français dans l'évolution de ce phénomène
5. L'avenir du français dans la région de Montréal
6. Autres points d'échange

DANS LA MÊME COLLECTION

NOTES ET DOCUMENTS

- 1 - La cohabitation linguistique en milieu scolaire au Québec - Étude exploratoire par Édith Bédard et Claude St-Germain
- 2 - Consultation régionale - Trois-Rivières - Dossier d'information - Préparé par la Direction des études et recherches
- 3 - Les droits linguistiques du Québec et le projet fédéral de Charte canadienne des droits et libertés - Positions du Conseil de la langue française
- 4 - Qu'en est-il des inscriptions à l'école anglaise publique? - Analyse d'un mémoire de la commission des écoles protestantes du Grand Montréal par Michel Paillé
- 5 - Contribution à l'étude de la qualité de la langue des textes utilisés à l'école primaire - Recherche de Sylvie Moisan - Direction de Claude Rochette - Collaboration de Édith Bédard et Michel Amyot
- 6 - La situation linguistique dans les commission scolaires du Québec de 1976-77 à 1979-80 - Par Claude St-Germain
- 7 - Réflexions et commentaires - Les articles à portée linguistique des projets de règlements concernant les régimes pédagogiques - Éducation préscolaire, primaire, secondaire - Par Édith Bédard
- 8 - Effets démolinguistiques de l'article 23 du projet fédéral de Charte des droits et libertés - Rapport du groupe de travail interministériel
- 9 - Les publications et les communications scientifiques - La langue utilisée par les chercheurs des Centres de recherche des universités francophones du Québec - Par Arnold Drapeau
- 10 - Réflexions sur l'opportunité de prévoir dans un document constitutionnel la protection des droits de la personne et des droits linguistiques - Par Henri Laberge
- 11 - Présence publique du Conseil de la langue française en 1980 - Par le Service des communications
- 12 - Consultation dans la région de Trois-Rivières les 3, 4 et 5 décembre 1980 - Rapport - Secrétariat du Conseil
- 13 - Conférences sur la situation de la langue française au Québec - Textes présentés lors de rencontres nationales et internationales

- 14 - Les cheminements des jeunes Québécois en milieux scolaires francophone et anglophone. - Synthèse de certaines données du projet A.S.O.P.E. - Par Louise Sylvain
- 15 - La qualité de la langue dans les domaines de l'enseignement, de l'administration, des médias et de la publicité - Inventaire des préoccupations - Par Arianne Archambault et Myriam Magnan
- 16 - Les communautés culturelles et la fonction publique québécoise - Étude réalisée par un comité interministériel
- 17 - Réflexions sur l'implantation en France du système LEXIS (États-Unis) - Par Me Stanislas Zalinski
- 18 - Consultation régionale - Cantons de l'Est - Dossier d'information
- 19 - Le statut de la langue française dans la région de l'Estrie - Résultat de sondages auprès de la population - Daniel Monnier et Gilles Sénéchal
- 20 - La francisation des entreprises - Compte rendu de la rencontre des 11, 12 et 13 février 1981 organisée par le Conseil de la langue française - Secrétariat du Conseil
- 21 - Consultation de la région de Sherbrooke les 20, 21 et 22 mai 1981 - Rapport
- 22 - Nathalie Petrowski - Prix Jules-Fournier 1981
- 23 - L'enseignement du français langue seconde, aux adultes - Par Arianne Archambault et Jean-Claude Corbeil
- 24 - L'utilisation des ouvrages didactiques en langue anglaise dans les universités et collèges francophones du Québec - Synthèse de la documentation - Par Edmond Brent
- 25 - La situation linguistique et culturelle de l'Outaouais - Par Daniel Monnier, Françoise Morin et Gilles Sénéchal
- 26 - Consultation régionale - Outaouais - Dossier d'information - Préparé par la Direction des Études et recherches
- 27 - Revenus et langue au Québec - 1970 - 1980 - Une revue des écrits Par François Vaillancourt et Robert Lacroix



Gouvernement du Québec
**Conseil de la
langue française**