

# Dis-moi ce que tu regardes...

En septembre dernier, le journaliste, chroniqueur culturel et critique de cinéma Marc Cassivi publiait un texte dans *La Presse* intitulé « Véro qui ? ». Ce titre renvoyait au fait que les étudiantes et étudiants inscrits en télévision et en communication au Cégep de Jonquière ne connaissaient pas Véronique Cloutier, la *reine* de la télé québécoise. Sans que cette observation soit alarmante en comparaison d'autres enjeux touchant la communauté étudiante, elle mérite tout de même que l'on s'y attarde un moment, étant la pointe visible d'un iceberg culturel, subissant vraisemblablement une fonte accélérée, lui aussi.

Avant d'aller plus loin, quelques mots sur le constat formulé par deux professeures-chercheuses, Caroline Savard et Audrey Perron, dans le cadre d'une étude menée conjointement par le Centre d'étude des conditions de vie et des besoins de la population (ÉCOBES) et l'École supérieure en Art et technologie des médias (ATM)<sup>1</sup>. En 2021, un peu plus de 600 personnes étudiantes de l'ATM ont été sondées sur leurs habitudes médiatiques et culturelles.

Le portrait est on ne peut plus net : les contenus télévisuels québécois ne rejoignent plus les cégépiens et cégépiennes.

Quelques données tirées de l'étude :

- Près d'un cégépien sur deux (48 %) écoute ses séries ou ses films en anglais ;
- Seuls 22,7 % des cégépiens sondés suivent une série québécoise sur une base hebdomadaire ;
- Netflix (85,4 %) et YouTube (86,9 %) se hissent au sommet des plateformes de visionnement hebdomadaire prisées des cégépiens, très loin devant celles offrant principalement des contenus québécois ;
- À la question « Quelle est votre série préférée ? », trois cégépiens sur quatre répondent en nommant une série étatsunienne.

Au-delà des chiffres qui, avouons-le, ne sont pas si étonnants, trois conclusions demeurent dignes d'intérêt pour les

pédagogues du milieu de l'enseignement collégial en général. *Primo*, les étudiants au collégial consomment de moins en moins de contenu québécois. *Secundo*, ces mêmes étudiants se tournent majoritairement vers des contenus étrangers. *Tertio*, il apparaît évident qu'un fossé abyssal se creuse entre leur culture populaire... et la nôtre.

Bien sûr, certains diront que ce n'est pas si dramatique et que nous-mêmes, adultes du réseau collégial, consommons du contenu en provenance de plateformes étatsuniennes. N'est-il pas vrai que nous contribuons tous un peu (beaucoup) à la *netflixisation* de notre culture ? N'accélérons-nous pas tous un peu la fin d'un imaginaire collectif en bonne partie édifié par la télévision québécoise ? Plusieurs penseurs du *petit écran* considèrent la télé au Québec comme une partie fondamentale de la culture et de l'identité québécoises. Dans un dossier sur les 50 ans de la télé au Québec paru dans le magazine *L'Actualité*, le regretté spécialiste de la télé et de la pub d'ici, M. Jean-Pierre Desaulniers, rappelait que « [d]ans la plupart des pays du monde, l'imaginaire collectif a été cultivé essentiellement par une littérature et un cinéma nationaux. Au Québec, il s'est constitué en grande partie par la télé ». Pendant des décennies, la culture populaire québécoise, largement portée par la télévision, a permis de rassembler les générations, de renforcer le tissu social et d'orienter les modes de socialisation et d'engagement.

Comment freiner l'érosion de ces référents culturels partagés ou, mieux encore, comment en créer de nouveaux qui seraient rassembleurs ? Ce n'est pas une chose facile, vu l'éclectisme des pratiques culturelles actuelles. Est-il possible d'adapter notre enseignement aux nouveaux repères culturels de la communauté étudiante sans relayer notre culture nationale aux oubliettes ? Et surtout, comment résister au rouleau compresseur culturel étatsunien ? Le peut-on seulement encore ? Rien n'est moins sûr. ■



**Anne-Marie Paquette**  
Rédactrice en chef, Pédagogie collégiale  
revue@aapccq.ca

<sup>1</sup> Le lectorat intéressé peut consulter l'intégralité du rapport *Portrait des habitudes médiatiques des étudiantes et étudiants en ATM* du Cégep de Jonquière publié en septembre 2022.