

Rapport de recherche

**LE NÉOPOPULISME DE CHOI-FM :
DE L'EXPANSION DE LA LOGIQUE CONSUMÉRISTE**

Profil socioéconomique et sociopolitique des auditeurs mobilisés

**Recherche effectuée pour le
Centre d'Études sur les Médias**

Par
*Jean-Michel Marcoux &
Jean-François Tremblay*
**Département de sociologie
Université Laval**

**Collaboration spéciale pour la compilation des données
David Dupont
Lysanne Rivard**

Dépôt – octobre 2005

REMERCIEMENTS

Nous désirons remercier messieurs Gilles Gagné, Simon Langlois et Jean-Jacques Simard, professeurs au département de sociologie à l'Université Laval, pour l'aide et le temps qu'ils ont bien voulu accorder à la présente recherche. Leur support a été indispensable. Merci également à M. Gaston Quirion du Centre de documentation de l'Université Laval pour ses précieux conseils.

Un remerciement particulier aux personnes suivantes pour leur aide précieuse sur le terrain : M. Sébastien Bolduc, M. David Dupont, M. Michel Lévesque, Mme Lysanne Rivard, Mme Christine Savard. Et, à cette dernière qui fut également notre relectrice, un merci spécial pour ses commentaires avisés.

TABLE DES MATIERES

Remerciements.....	1
Table des matières	2
Faits saillants	4
Introduction	9
a. La station et le CRTC : un bref historique de l’affaire « CHOI-FM radio X ».....	9
b. La station et ses auditeurs : un mouvement de contestation	11
Chapitre 1 – Méthodologie	14
1.1 Mandat et hypothèses de recherche	14
1.2 Méthode d’investigation.....	16
1.3 La population visée par la recherche : le groupe porteur	17
Chapitre 2 – Portrait socioéconomique des auditeurs mobilisés	19
2.1 Le groupe porteur de la mobilisation.....	19
2.2 Des jeunes hommes de la <i>lower middle class</i> : confirmation de la première hypothèse	21
2.2.1 L’éducation.....	22
2.2.2 L’emploi	22
2.2.3 Le revenu	23
2.2.4 Synthèse du portrait socioéconomique : haut degré d’homogénéité du groupe porteur ...	24
2.3 Sous-ensembles d’auditeurs	24
2.3.1 Les femmes.....	26
2.3.2 Les étudiants	27
2.4 Le malaise des jeunes hommes de la <i>lower middle class</i> : confirmation de la seconde hypothèse	28
2.4.1 La condition particulière de la grande région de Québec.....	28
2.4.2 La culture consumériste.....	30

Chapitre 3 – Principes explicatifs du phénomène de mobilisation	33
3.1 Le contenu discursif.....	35
3.1.1 « Liberté, je crie ton nom partout ! ».....	35
3.1.2 Le cas du Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications Canadiennes	35
3.1.3 L'État.....	38
3.1.4 Les syndicats.....	39
3.1.5 Participation sociale et politique.....	40
3.2 – Modalité de construction et d'orientation du contenu discursif	43
3.2.1 – Corrélation entre le discours des animateurs et celui des auditeurs.....	43
3.2.2 – Mode de construction du discours.....	45
3.2.3 – L'espace public comme espace de consommation.....	48
3.2.4 – La contingence du discours politique de CHOI-FM : falsification de la troisième hypothèse.....	50
Conclusion – Le néopopulisme et l'affaire CHOI-FM	52
a. Retour sur les résultats de recherche.....	52
b. Le véritable enjeu de l'affaire CHOI-FM : l'émergence d'un nouveau populisme	53
Annexes	56
Annexe 1 – Annexe des tableaux	57
Annexe 1.A – Table des tableaux.....	57
Annexe 1.B – Tableaux.....	59
Annexe 2 – Grille d'entrevue	71
Annexe 3 – Division des secteurs d'emploi utilisée pour la présente recherche	76
Annexe 4 – Le cas des malades mentaux.....	77
Bibliographie	75

FAITS SAILLANTS

INTRODUCTION

1. Force est d'admettre que la reconnaissance de la dégradation du contenu de la station CHOI-FM par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) s'accompagne d'une croissance des cotes d'écoute. Il y a donc un désaccord entre l'intérêt d'une certaine partie de la population de la région de Québec pour ce genre de radio et le mandat du Conseil.

CHAPITRE 1 – Mandat et hypothèses de recherche

2. Le noyau mobilisateur de la station – possiblement porteur d'un discours critique – serait composé de jeunes hommes caractérisés par un statut d'emploi et un niveau de vie précaire en regard de la population totale de la région de Québec.

CHAPITRE 2 – Portrait socioéconomique des auditeurs mobilisés

Le groupe porteur de la mobilisation (2.1)

3. Les données présentées dans les tableaux I et II (section 2.1) nous permettent de confirmer que nous avons interpellé des auditeurs qui participent du noyau mobilisateur de la station.

Des jeunes hommes de la lower middle class (2.2)

4. Les auditeurs participant du groupe mobilisateur dans l'affaire CHOI-FM est largement formée de jeunes hommes qui ont en partagent des conditions de travail rattachées au « secteur privé inférieur » (voir annexe 3), caractérisé par un faible taux de syndicalisation, un statut précaire offrant une faible sécurité de travail et peu de possibilités de promotion.
5. Les données recueillies nous permettent d'affirmer que les auditeurs formant le noyau mobilisateur de la station CHOI-FM appartiennent dans leur grande majorité à une strate sociale commune, en l'occurrence la *lower middle class*.

Sous-ensembles d'auditeurs (2.3)

6. Durant les deux mois qui ont suivi le tumulte de la fermeture, une recension exhaustive des trente-neuf lettres ouvertes défendant la station (lettres parues dans *Le Soleil* du 15 juillet au 15 septembre 2004) a permis de constater que seulement une lettre sur dix a été rédigée par une femme.
7. Les *étudiants* interrogés se dirigent vers des secteurs d'emploi qui sont en tout point similaires aux répondants déjà salariés.

8. Les données que nous avons sur les femmes et les étudiants viennent appuyer l'hypothèse selon laquelle nous avons affaire à des jeunes hommes faisant partie de la *lower middle class*.

Le malaise des jeunes hommes de la lower middle class (2.4)

9. L'un des éléments qui contribue certainement à accentuer le malaise des jeunes hommes de la *lower middle class* est l'importance, dans la grande région de Québec, d'un milieu socioéconomique très contrasté par rapport à la situation qu'ils vivent : la Fonction publique.
10. À ces conditions socioéconomiques objectives s'ajoutent les habitudes de vie des individus qui participent de cette strate sociale : les « X » participent de la « leisure society ».
11. Les principaux thèmes développés dans le « Liberty Club » et les activités de la station sont liés à de la consommation récréative : spectacles, soirées sportives, sorties dans les bars, dernières modes, derniers gadgets, des jeux vidéo, etc.
12. Avec le *Journal de Québec*, TQS et des stations de radio commerciales comme principales sources d'information, nous constatons que les auditeurs de CHOI-FM se rapportent principalement à des médias privés de type commercial et populiste.
13. Ces individus, détenant un pouvoir d'achat faible en regard de leur désir de consommation, se trouvent dans une certaine incapacité que le mythe de Tantale illustre bien ; autrement dit, leurs conditions économiques instables arrivent mal à répondre de leur grande soif de consommation.

CHAPITRE 3 – PRINCIPES EXPLICATIFS DU PHÉNOMÈNE DE MOBILISATION

Le contenu discursif (3.1)

La liberté (3.1.1)

14. Les deux tiers des auditeurs ont exprimé une conception de la liberté qui allait dans le sens d'une expressivité sans contraintes. L'autre tiers exprimait quelques limites « éthiques » liées au respect d'autrui. Certains ont évoqué le cas des États-Unis comme le modèle de la liberté individuelle.

Le CRCT (3.1.2)

15. Pour 30 % des auditeurs, le CRCT ne devrait pas exister et un autre 35 % des répondants affirment que la fonction du CRCT devrait « se résumer tout au plus à un rôle de comptoir ou bien de guichet de service pour l'octroi de licences ». Le reste des auditeurs se prononcent en faveur d'une forme minimale de régulation portant essentiellement sur la protection du contenu francophone ainsi que sur la protection contre les monopoles.

16. Nous aurions cru que nombre d'entre eux retiendraient comme critique le fait qu'un organisme canadien, situé à Ottawa, contrôle les entreprises de radiodiffusion du Québec francophone, ce qui ne fut absolument pas le cas (seulement quatre personnes y ont fait référence).

L'État (3.1.3)

17. Beaucoup d'auditeurs ont parlé de « l'État infantilisateur » pour marquer cet état de fait et d'autres encore affirmaient qu'au Québec « *on marche comme des robots à cause des gouvernements qui sont partout* ».

Les syndicats (3.1.4)

18. Plus des deux tiers des auditeurs interrogés se sont prononcés contre la présence voire même l'existence des syndicats. Les raisons évoquées sont que les syndicats nuisent au développement économique et qu'ils ne protègent que les vieux.

Participation sociale et politique (3.1.5)

19. Excluant les activités de sauvegarde de la station, 85 % des répondants disent n'avoir jamais participé à d'autres activités à caractère social ou politique.
20. Près des deux tiers des auditeurs se sont dits être indifférents ou même opposés au Mouvement altermondialiste.
21. Quant à la Marche des femmes et aux implications féministes (nous interpellions les répondants sur ces thèmes), aucun parmi les auditeurs et, il importe de le souligner, aucune parmi les auditrices, ne s'est dit intéressé ou interpellé par cette cause.
22. Il ressort donc que le public de CHOI-FM accorde un très faible intérêt aux différentes activités à caractère public, social et politique.
23. Plusieurs auditeurs ont insisté pour dire : « *Avant d'écouter CHOI, je ne votais pas* ». Pour ce qui est du choix des partis, les données indiquent que les auditeurs de la station désiraient être gouvernés par le Parti Conservateur au fédéral et par celui de Mario Dumont au provincial.
24. Ces deux partis ont appuyé CHOI-FM dans sa lutte et l'inverse est aussi vrai, car les animateurs de CHOI-FM donnent ouvertement leur appui à ces deux formations politiques, ce qui s'est encore confirmé lors des élections partielles dans le quartier Vanier à Québec (automne 2004) où un adéquiste a été élu.
25. Les auditeurs de la station ont une perception des institutions publiques et politiques qui renvoie presque exclusivement à une somme d'entraves à la libre expression des individus. Ils ont le sentiment que leur sort s'améliorerait si le pouvoir public s'effaçait devant l'individu et l'expression du libre arbitre. Leur discours est donc empreint d'une idéologie de

type néo-conservatrice : le désengagement de l'État, la libéralisation des marchés, l'anti-syndicalisme et le caractère judiciaire de la protection individuelle sont les matrices politiques portées par le discours.

Modalité de construction et d'orientation du contenu discursif (3.2)

Corrélation entre le discours des animateurs et celui des auditeurs (3.2.1)

26. Il a été frappant de voir comment les répondants ont su donner suite aux questions de manière prompt, rapide et catégorique, mais sans pour autant être en mesure de justifier le choix de leur réponse. À ce titre, une forte concentration des auditeurs n'a pas été en mesure de donner d'autres arguments que ceux entendus en ondes.

Mode de construction du discours (3.2.2)

27. La construction du discours se présente comme un système ouvert dont la fonction semble essentiellement de mettre continuellement des opinions en partage – opinion qui ont par ailleurs la faculté de naviguer d'un état d'âme à l'autre et fluctuant au gré des humeurs – à partir desquelles s'ouvriraient continuellement de nouveaux sujets. De sorte que la production d'opinions par le moyen d'opinions dans le but d'exprimer des opinions devient la forme achevée d'une opinion libérée de toute contrainte, y compris, tendanciellement, de sens.
28. La forme logique soulevée par ce principe discursif se rapporte à ceci que : la vérité devenant l'état de fait, toute chose devient bonne à dire.

L'espace public comme espace de consommation (3.2.3)

29. L'étude démontre en effet que les X s'inscrivent dans l'espace public de manière essentiellement consumériste. Autrement dit, pour eux, l'espace public est en soi un espace consumériste, cela par opposition à un espace public conçu comme espace politique, culturel et communautaire.

La contingence du discours de CHOI-FM : falsification de la troisième hypothèse (3.2.4)

30. Notre étude révèle que le moment politique de l'affaire CHOI-FM relève davantage d'un accident de parcours – dans le cas qui nous occupe, le retrait des ondes de leur radio préférée et des activités qui lui sont rattachées – que d'une prise de conscience politique inscrite chez les auditeurs interrogés.
31. Ce rapport qu'entretiennent la station et son auditoire, encore une fois structuré en temps réel, laisse à penser que le phénomène d'appui à la station CHOI-FM est en quelque sorte tout aussi éphémère que le contexte dans lequel prennent formes les opinions des animateurs.

CONCLUSION

32. Ce phénomène, bien qu'il soit consumériste à la base, présente un impact social qui déborde la simple sphère de la consommation.
33. Le contenu diffusé en ondes se construit sans égards à une cohérence d'ensemble et est par là soumis aux impératifs de l'air du temps. Et pourtant, ce discours exerce une emprise extrêmement forte chez les auditeurs. Même si le contenu discursif est éphémère, le laps de temps pendant lequel les auditeurs y adhèrent, si court soit-il, les captive et les fascine : il les mobilise.
34. Avec la mobilisation pour la sauvegarde de la station retransmise en cause pour la liberté, la portée de la logique discursive consumériste a pris de l'expansion jusqu'à organiser une réaction autour de thèmes non plus contextuels, mais bien structurels (par exemple les institutions publiques). La tâche incombe maintenant d'explorer la capacité d'expansion de cette logique, laquelle semble constituer une condition ouvrant les portes à l'émergence d'une nouvelle forme de populisme.

INTRODUCTION

a. La station et le CRTC : un bref historique de l'affaire « CHOI-FM radio X »

En 1997, le Groupe Genex Communication inc. devient propriétaire de la station de radio de Québec CHOI-FM 98,1. Durant cette même année, Patrice Demers engage Jean-François Fillion et effectue un changement d'orientation de la station, celle-ci sera dorénavant tournée vers la *Talk radio*¹. Comme nous le savons, la *Talk Radio* demeure un style radiophonique plutôt particulier qui laisse beaucoup de marge de manœuvre aux animateurs, initie un dialogue direct avec les auditeurs et traite les nouvelles selon le mode de l'opinion. Les études portant sur ce genre de radio expriment quelques réserves sur ce dialogue ouvert entre les animateurs et les auditeurs : « La majorité des auditeurs restent passifs. Et l'animateur oriente le plus souvent le débat dans le sens de ses intérêts et de ses préjugés. C'est lui qui donne le ton à l'émission »². Il est reconnu que ces émissions débouchent quelquefois sur des excès de langage et sur du jaunisme déjà réprimés dans le passé par le Conseil canadien de la radiodiffusion et des télécommunications (CRTC). Quoiqu'il en soit, c'est sur ce style radiophonique que misera le Groupe Genex en 1997.

Depuis, l'émission du matin *Le monde parallèle de Jeff*, archétype du modèle de la *Talk radio* sous sa forme la plus controversée (certains parlent également de la *Trash radio*), accumule contre elle une multitude de plaintes. De sorte qu'en juillet 2002, un peu avant l'expiration de la licence accordée à CHOI-FM, le Groupe Genex est convoqué par le CRTC à une audience publique pour répondre à pas moins de 47 plaintes entre autres pour des propos et un contenu offensant, des attaques personnelles et le non-respect du contenu musical francophone³. Lors de cette audience, le Groupe Genex assure le CRTC de sa bonne foi en mettant sur pied une série de mesures pour résoudre le problème des « écarts de langage » en ondes. Genex forme alors un Comité avisé, crée son propre *Code de déontologie* et prend soins de garder des rubans témoins. À la suite de quoi, le CRTC renouvelle la licence de la station pour une durée restreinte de deux ans (la durée normale

¹ Il s'agit d'un modèle déjà présent dans la grande ville de Québec où André Arthur y exerce le métier de « *gourou du gros bon sens* », tel qu'il se nomme lui-même.

² SAUVAGEAU, Florian, Pierre Trudel et Marie-Hélène Lavoie (1995), *Les tribuns de la radio – Échos de la crise d'Oka*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, page 14.

³ Voir la décision 2002-189 du CRTC.

d'une licence est de sept ans) assujettie à diverses conditions dont le respect du *Code de déontologie* de la station⁴.

Dans les mois qui suivent, le Groupe Genex change sa position, demande à ce que soient révoquées ces conditions de licence imposées par le CRTC et embauche un deuxième animateur controversé, le déjà réputé M. André Arthur. Durant cette même année, le Groupe Genex adhère aussi au Conseil canadien des normes de la radiodiffusion (CCNR) qu'il quittera quelques mois plus tard, soit après que le CCNR ait trouvé la station coupable de la violation du Code de déontologie de l'Association canadienne des radiodiffuseurs. De septembre 2002 à janvier 2004, 45 nouvelles plaintes sont enregistrées auprès du CRTC⁵. Ces plaintes feront l'objet de l'audience publique de février 2004. Lors de cette audience, de nombreux intervenants sont venus défendre la station en évoquant la liberté d'expression⁶, les pertes d'emplois découlant de sa fermeture et l'implication de la station au sein de la communauté. Le Groupe Genex et ses avocats entendent nier cette fois la validité des plaintes reçues qui se fondent, selon eux, sur des propos cités hors contexte et qui négligent de tenir compte du caractère humoristique des émissions diffusées sur les ondes de CHOI-FM.

Une décision du CRTC annoncera finalement que l'organisme gouvernemental ne renouvellera pas la licence détenue par le Groupe Genex communication inc. Le CRTC explique sa décision par le fait que les infractions commises depuis 2002 contreviennent aux conditions de licence émises lors de la précédente audience. Dans son jugement, le CRTC constate que les infractions commises ne sont aucunement liées à des cas d'exceptions ou à « des incidents isolés »⁷, mais constituent plutôt une violation systématique des conditions de la licence accordée en 2002.

« Dans l'exercice de son mandat, le Conseil doit veiller à l'intégrité du régime d'attribution de licences et au droit du public de recevoir une programmation conforme à la Loi et à la réglementation. Il ne peut permettre la diffusion de propos offensants qui vont à l'encontre du Règlement ou d'une programmation qui ne reflète pas la politique de radiodiffusion énoncée à l'article 3 de la Loi. Le Conseil ne peut non plus

⁴ Voir la décision 2004-271 du CRTC.

⁵ Ibid.

⁶ C'est à cette occasion qu'est lancé le mot d'ordre de la campagne que la station entreprendra pour sa survie : « Liberté, je cris ton nom partout ! ».

⁷ Ibid.

permettre à quiconque d'utiliser les ondes publiques pour poursuivre ses propres objectifs sans égard aux droits des autres. »⁸

b. La station et ses auditeurs : un mouvement de contestation

Toutefois, alors que le Conseil reconnaît une dégradation tendancielle de la qualité du contenu radiophonique diffusé par la station, cette dernière attire une portion croissante d'auditeurs de la grande région de Québec. En effet, l'initiation de la formule *Talk radio* par le Groupe Genex Communication inc. a littéralement fait exploser ses cotes d'écoute. Des derniers rangs dans les sondages en 1997, elle passe au premier rang en 2004. Genex compte maintenant près 150 employés et son chiffre d'affaire se situe aux alentours de 20 millions de dollars par année. Cette croissance de l'entreprise et des cotes d'écoute offre au Groupe Genex et à la station CHOI-FM plus particulièrement, une capacité de mobilisation inouïe qui s'est reflétée dans un véritable mouvement de contestation pour la sauvegarde de la station.

Ce mouvement se précise au fur et à mesure que se développe le litige entourant les décisions du CRTC dans « l'affaire CHOI-FM ». Les audiences publiques sur le renouvellement de la licence de CHOI-FM et la décision de non renouvellement qui en découle soulèveront les passions et animeront un certain nombre de débats dans la grande région de Québec. Plusieurs événements ont aussi ponctué ce conflit dont notamment deux importantes manifestations : la première dans la ville de Québec comptant entre 35 000 et 50 000 participants et la seconde au Parlement d'Ottawa où s'étaient déplacées, depuis Québec, plus de 3000 personnes. Des dizaines de lettres d'opinions ont été envoyées dans les différents journaux du Québec et d'autres encore ont été envoyées aux représentants élus et même à l'Organisation des Nations Unies. Ajoutons au tableau des actions de contestation de la décision du CRTC, l'envoi massif de courriels à ce même Conseil, la signature d'une pétition et la distribution d'autocollants et d'objets promotionnels. Les uns parlent de censure, d'autres encore reconnaissent la nécessité d'une sanction, moins sévère toutefois. Ainsi, le débat était lancé.

Le phénomène prendra une telle ampleur que plusieurs élus⁹ se sentiront dans l'obligation de se positionner sur le sujet. Cette implication politique a pris sa forme la plus achevée avec l'Action

⁸ Ibid, page 34.

démocratique du Québec (ADQ) : son chef, Mario Dumont, se présentera au Parlement comme le défenseur de la « *cause des auditeurs lésés par cette décision du CRTC* »¹⁰. De plus, lors des élections partielles tenues à l'automne 2004 dans la circonscription de Vanier, l'animateur Jean-François Fillion a utilisé les ondes pour promouvoir la candidature de l'adéquiste Sylvain Légaré et ce, en incitant « *les vrais X à voter ADQ* ». Légaré sera élu député de Vanier et, bien qu'il soit normal que des élections partielles donnent lieu à de telles surprises (notamment par l'expression d'une insatisfaction chez les électeurs), l'influence de l'affaire CHOI-FM dans ces élections ne peut être négligée.¹¹

Ainsi, force est d'admettre que la reconnaissance de la dégradation du contenu de la station CHOI-FM par le CRTC s'accompagne d'une croissance des cotes d'écoute. Il y a donc un désaccord entre l'intérêt d'une certaine partie de la population de la région de Québec pour ce genre de radio et le mandat du Conseil. Cependant, nonobstant les considérations du CRTC dans le dossier du non renouvellement de la licence de la station, le phénomène social d'appui à la station doit être placé au centre de nos réflexions. Cette question fait d'ailleurs déjà l'objet de plusieurs discussions et de débats dans le monde savant. Certains intellectuels s'engagent directement dans la lutte pour la défense de la station – le professeur de philosophie Frederik Têtu, le politicologue Jacques Zilbelberg, le professeur de droit Réjean Breton –, lesquels émettent l'hypothèse que nous faisons face à l'éveil politique de la génération X ou encore à une mobilisation visant à défendre les droits humains élémentaires et la liberté d'expression. D'autres encore explorent des voies différentes en cherchant à identifier et à comprendre, au-delà de savoir qui de Genex ou du CRTC a raison, les motivations des citoyens qui appuient la station CHOI-FM. C'est notamment le cas de Simon Langlois, sociologue de l'Université Laval, qui a rédigé un bref article prenant appui sur les données des sondages radio BBM-2003. Ses observations le conduisent à poser le diagnostic suivant : cet appui s'explique par une certaine colère générée par des conditions socioéconomiques désavantageuses des jeunes hommes en regard des conditions de vie moyennes de la population de la région métropolitaine de Québec. Ce constat amène M. Langlois à avancer des hypothèses qui

⁹ Au niveau provincial, le Premier Ministre Jean Charest et le chef de l'Action démocratique du Québec (Mario Dumont) ont indiqué que la station ne devrait pas fermer ses portes. Au niveau fédéral, le chef du Parti Conservateur (Stephan Harper) et celui du Parti Néo-démocrate (Jack Layton) ont également abondé en ce sens.

¹⁰ Lorsque nous citerons des propos entendus à la radio, à la télévision ou lors des entrevues avec les auditeurs de CHOI-FM, nous placerons les citations entre guillemets et *en italique*. Les propos cités à partir d'un texte seront simplement entre guillemets avec la référence au texte.

¹¹ L'un des principaux défenseurs de la station, Frédéric Têtu, a participé activement à l'organisation de la campagne et à la promotion du candidat adéquiste durant la période électorale.

pourraient expliquer le succès de la station : « Elle a su exprimer les inquiétudes d'une génération de jeunes – et en particulier d'une génération de jeunes hommes – qui sont très critiques des acquis des générations passées [...] »¹².

*

* *

Devant ces nombreuses spéculations qui travaillent tant du côté de la population que de celui du monde des sciences sociales, les hypothèses avancées demandent à être étayées. D'après les pistes de réflexion déjà engagées, nous savons que ce phénomène de mobilisation repose sur un ensemble particulier d'auditeurs et ce n'est qu'en approfondissant notre connaissance de cette partie de la population que nous pourrons éclairer le phénomène de mobilisation impressionnant qui a eu lieu. Il est donc nécessaire de s'interroger : quelles tranches de la population écoutent cette radio ? Quels sont les intérêts des auditeurs envers cette station ? Pourquoi l'écoutent-ils ? Est-ce vraiment une radio de jeunes hommes qui ont en partage une condition socioéconomique homogène susceptible d'engendrer un mouvement de masse ? Les idées véhiculées lors des manifestations publiques (liberté, droits humains, etc.) sont-elles nourries d'une conscience sociale et politique de la part des auditeurs ? Etc. Partant de la posture du sociologue Simon Langlois, la présente recherche visera à exposer les principes élémentaires permettant de formuler une explication sociologique du phénomène.

¹² Simon Langlois, « *La colère des jeunes hommes de Québec* », *Le Soleil*, édition du 24 juillet 2004, page D5.

CHAPITRE 1 – METHODOLOGIE

Ce chapitre a pour fin de jeter les bases et les orientations de la présente recherche en continuité avec les pistes de réflexion déjà engagées dans la discussion précédente. Dans un premier temps, nous fixerons le point d’ancrage de la recherche en exposant les connaissances déjà acquises sur le sujet et les hypothèses qui en découlent (*1.1 Mandat et hypothèses de recherche*), pour ensuite expliciter la voie que nous avons empruntée pour répondre de ces questionnements (*1.2 Méthode d’investigation*) et le moyen de rejoindre la population visée par la recherche (*1.3 La population visée*).

1.1 Mandat et hypothèses de recherche

Déjà, les données du sondage BBM-2003 nous annoncent que, en ce qui a trait à l’auditoire de l’émission du matin à CHOI-FM¹³, nous avons affaire à un groupe d’individus ayant un niveau d’homogénéité relativement élevé. D’après les données BBM, plus de 30 % des hommes de la grande région de Québec écoutent cette station et, si nous faisons la répartition selon le sexe, la part masculine de l’auditoire est de 66 %. Quant à l’âge, c’est près de six jeunes sur dix (18-34 ans) de la région de Québec qui syntonisent la station 98,1 FM ; ces derniers représentent plus de la moitié de l’auditoire. Par ailleurs, la comparaison des données BBM de 1998 avec celles de 2003 permettent de constater une croissance marquée de la représentation de la tranche d’âge des 35-44 ans. Ceux-ci représentent près du quart de l’auditoire total en 2003, contre 12 % en 1998, ce qui illustre bien le succès de la nouvelle formule radiophonique adoptée en 1998.

Alors, bien que nous sachions que la clientèle de la station soit formée en grande majorité de jeunes hommes, il demeure nécessaire de trouver des indicateurs qui nous informent sur leur mode de vie particulier. L’une des variables du sondage BBM les plus significatives à cet effet concerne le type d’emploi occupé : les domaines techniques et des ventes et services réunissent la majorité des auditeurs de l’émission concernée. Les étudiants (de niveau collégial surtout) représentent également une part considérable avec 10 % de la population sondée par BBM. Plus révélatrice encore est la

¹³ Le volet *talk radio* est surtout exploité dans l’émission du matin de Jean-François Fillion, laquelle est au centre de la campagne engagée par la station. Les données BBM que nous utilisons portent sur les cotes d’écoute durant cette seule émission.

pénétration de CHOI-FM dans certains domaines d'activité : 30 % chez les ouvriers de la région de Québec, 40 % chez les employés du secteur des ventes et services, 40 % chez les étudiants. C'est à partir de ces observations principalement que le sociologue Simon Langlois formule ses hypothèses dans un article paru dans *Le Soleil* en août 2004. Mis à part les étudiants, nous dit-il : « la station rejoint une majorité de ce que les sociologues américains appellent la *lower middle class* »¹⁴. Le noyau mobilisateur de la station serait ce groupe de jeunes hommes caractérisés par un statut d'emploi et un niveau de vie précaire en regard de la population totale de la région de Québec. Deux caractéristiques les démarquent du tout : la première est celle d'un champ d'activité lié au travail essentiellement orienté vers le secteur privé – plutôt précaire – dans une ville où domine le secteur public (Fonction publique, enseignement, etc.), la seconde est l'appartenance à une génération (la génération X, formule équivoque que nous éviterons d'utiliser dans ce rapport) défavorisée par rapport à celle qui la précède, les *baby boomers*¹⁵. Ces conjectures conduisent Simon Langlois à émettre l'hypothèse que nous sommes devant un phénomène similaire à celui du *Angry Young White Men* américain mettant en scène une masse de jeunes hommes blancs subissant les effets négatifs de l'institutionnalisation des droits positifs (aux noirs, aux femmes, aux minorités, etc.). Ce serait là, soumet le sociologue, des conditions sociales qu'ont en partage les auditeurs de la station de radio. De sorte qu'il émergerait de ces mêmes conditions une certaine forme de discours critique des institutions publiques et politiques, critiques nourries, animées et entretenues par les tribunes. Cette réflexion constitue le socle de la présente investigation que nous conduirons à partir des trois hypothèses qu'elle implique :

- I. Le groupe porteur de la station est formé de jeunes hommes de la *lower middle class*;
- II. Ces jeunes hommes vivent des conditions socioéconomiques qui, dans la situation actuelle de la population de la grande région de Québec, constituent des conditions objectives suffisantes (situation précaire) pour générer une forme de colère chez ces jeunes hommes ;
- III. La lutte pour la défense de la station, reconduite en lutte pour la liberté, s'inscrit dans un discours critique cohérent des institutions publiques et politiques ancré chez les auditeurs de CHOI-FM.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Cette hypothèse est reprise par de nombreux analystes de la situation, entre autres par M. Frédéric Têtu.

L'objectif principal de la présente recherche sera de dégager les principes explicatifs du phénomène de mobilisation dans le cadre de la campagne : « Liberté, je crie ton nom partout ! ». Pour se faire, nous allons tracer un portrait socioéconomique et culturel des auditeurs pour ensuite sonder leur discours et vérifier les modalités de sa construction et de son orientation.

1.2 Méthode d'investigation

Afin de répondre adéquatement aux hypothèses de recherche, nous avons effectué des entrevues semi-dirigées¹⁶ auprès de 144 auditeurs de la station CHOI-FM radio X. La saturation du terrain, c'est-à-dire la confirmation de certaines tendances lourdes par la redondance des réponses, était le seul critère qui devait déterminer le nombre d'entrevues à effectuer. Après 144 entrevues qui variaient de 25 à 45 minutes (38 questions), nous avons pu dégager des tendances et des invariants suffisamment significatifs. Les entrevues ont été effectuées durant le mois d'août 2004, suivant l'annonce par le CRTC de la fermeture de la station, période intense pour CHOI-FM et ses auditeurs qui attendaient un jugement en appel. Évidemment, nous avons effectué une écoute systématique de la station en prenant soin de consigner les propos importants émis par les animateurs durant la période couverte par l'investigation du terrain. Cela nous a permis, nous le verrons, de contrôler la corrélation entre le discours des animateurs et celui des auditeurs interrogés. Enfin, quatre autres sources de données principales seront mises à contribution pour les fins du présent rapport : les sondages BBM, les données du recensement du Canada de 2001, certaines données de l'Institut des statistiques du Québec et les lettres d'opinion se portant à la défense de CHOI-FM parues dans le « *Carrefour du lecteur* » du quotidien *Le Soleil* de la région de Québec.

Quant au questionnaire, l'étude des aspects socioéconomiques (section E de la grille d'entrevue) nous permettra, dans un premier temps, de valider et de compléter le portrait socioéconomique type de l'auditeur mobilisé, déjà esquissé à partir des données BBM (*première hypothèse*)¹⁷. Le croisement des données recueillies avec un autre volet portant sur les caractéristiques culturelles des auditeurs et le contexte socioéconomique de la grande région de

¹⁶ Voir la grille d'entrevue en annexe 2.

¹⁷ Pour rendre ce portrait plus substantiel, nous avons élargi la portée de certaines variables, dont celles reliées à la situation familiale (enfants, état civil, type de résidence), à l'éducation (niveau de scolarité, champ d'étude) et à l'emploi (statut d'emploi, syndiqué ou non). Notons également que les données BBM donnent un portrait d'ensemble, mais les variables ne peuvent être croisées. À titre d'exemple, on ne peut lier l'âge avec le sexe et le type d'emploi occupé, ce que rend possible notre compilation de données.

Québec serviront à répondre de *la seconde hypothèse* en ce qu'il nous permettra de déterminer s'il existe bel et bien des conditions socioéconomiques et culturelles objectives, partagées par les auditeurs, et susceptibles de générer un certain degré de malaise susceptible de contribuer à une mobilisation de masse¹⁸.

Dans un deuxième temps, afin de sonder la validité de *la troisième hypothèse*, nous avons voulu circonscrire les conditions subjectives qui motivent les auditeurs dans leur lutte pour la sauvegarde de la station. D'une part, nous avons fait ressortir le contenu du discours des auditeurs dans leur lutte, c'est-à-dire l'interprétation qu'ils se font du conflit et leur position sur les principes en cause (les raisons de la critique adressée au CRTC, leur conception du gouvernement, de la liberté, etc.). D'autre part, il a fallu contrôler l'ancrage et la cohérence de ce discours, à cet effet nous avons procédé de trois manières : premièrement, en mesurant la portée pratique (les engagements) du discours des répondants ; deuxièmement en exigeant des justifications pour chaque réponse à connotation sociale ou politique ; et, enfin, en observant la corrélation du discours des animateurs avec celui des auditeurs.

1.3 La population visée par la recherche : le groupe porteur

En vue d'expliquer la mobilisation impressionnante qui s'est effectuée dans l'affaire CHOI-FM, il était essentiel de s'adresser à des auditeurs qui font partie du groupe porteur de cette mobilisation. Par conséquent, les 144 personnes interrogées ont été choisies selon le seul critère suivant : nous désirions nous adresser aux gens les plus impliqués dans cette lutte. Nous n'avons pas discriminé selon le sexe ou selon l'âge, mais seulement selon l'appui manifeste à la station, de sorte que nous n'avons pas que des jeunes hommes. Cela permettra, nous verrons, de mieux éprouver nos hypothèses sur le groupe porteur. Enfin, la marque d'implication qui a déterminé le choix des répondants était la possession, au moment d'aborder l'auditeur dans des endroits publics, des couleurs de la station et de sa présente lutte (autocollant, chandail, casquette). Nous avons par

¹⁸ Une condition socioéconomique objective susceptible de générer de la colère se définit par un dénominateur commun à un groupe qui le place en situation désavantageuse par rapport à l'ensemble de la population. Citons à titre d'exemple un taux de chômage très élevé dans un sous-groupe d'une population dont le taux de chômage est très bas (autres exemples : accessibilité à l'emploi, sécurité d'emploi, niveau de revenu, pouvoir d'achat, etc.).

ailleurs formulé quelques questions susceptibles de nous informer sur leur niveau d'implication auprès de la station.

CHAPITRE 2 – PORTRAIT SOCIOECONOMIQUE DES AUDITEURS MOBILISES

Le présent chapitre vise à sonder les principales caractéristiques socioéconomiques et culturelles des auditeurs mobilisés en vue de dégager le profil de ce qui constitue le noyau mobilisateur des auditeurs de CHOI-FM. Comme nous le verrons, l'analyse des résultats nous permet de confirmer les deux premières hypothèses :

- I. Le groupe porteur de la station est formé de jeunes hommes de la *lower middle class*;
- II. Ces jeunes hommes vivent des conditions socioéconomiques qui, dans la situation actuelle de la population de la grande région de Québec, constituent des conditions objectives suffisantes (situation précaire) pour générer une forme de colère chez ces jeunes hommes.

2.1 Le groupe porteur de la mobilisation

Toutefois, avant de procéder à l'analyse socioéconomique de ce que nous avons appelé le groupe porteur, nous désirons fournir quelques données qui confirment que notre méthode d'investigation nous a bel et bien menés vers des auditeurs très impliqués auprès de la station et dans la présente lutte pour sa sauvegarde.

Tableau I - Participation des répondants aux activités pour la défense de la station CHOI-FM radio X

	S'afficher publiquement*		Écrits**		Manifestation	
	N	%	N	%	N	%
Oui	144	100%	111	77,08%	74	51,39%
Non	0	0%	33	22,92%	70	48,61%
Total	144	100%	144	100%	144	100%

* Autocollants et objets à l'effigie de la cause « Liberté, je crie ton nom partout ! »

** Pétition, lettres à des représentants élus, lettres ouvertes dans des journaux, etc.

La première variable intéressante à ce sujet concerne la participation aux activités de sauvegarde de la station. Tout d'abord, les 144

personnes interrogées affichaient des autocollants ou autres marques aux couleurs de la cause de la station. Pour une grande majorité de ces auditeurs, l'implication ne s'arrêtait pas là, car 111 répondants ont manifesté par écrit leur appui à la station et plus de la moitié d'entre eux a participé à l'importante manifestation dans la ville de Québec.

Tableau II – Habitude d’écoute de la station CHOI-FM

	N	%	Total
Écoute depuis plus de 3 ans	101	70 %	144 (100%)
Écoute plus de 10 heures par semaine	97	67 %	144 (100%)
Écoute plus de 30 heures par semaine	40	29 %	144 (100%)
N’écoute pas d’autres stations de radio	75	52 %	144 (100%)
Participation aux activités de CHOI*	59	41 %	144 (100%)

* Exemples : spectacles, activités sportives, activités de promotion, etc.

Toujours en ce sens, les données recueillies sur les habitudes d’écoute de la fréquence 98,1 FM permettent de confirmer l’idée selon laquelle nous

avons affaire à un groupe très mobilisé par la station. À ce sujet, on constate que les auditeurs interrogés demeurent fidèlement attachés à la station et ce, depuis plusieurs années. Qui plus est, on remarque encore qu’en plus d’écouter la station au-delà de 10 heures par semaine dans une très grande proportion, plus de la moitié des auditeurs ont dit ne jamais écouter d’autres station que CHOI-FM radio X. Ajoutons encore que les auditeurs interrogés n’écoulaient pas la station pour la musique ou pour le divertissement uniquement. La plupart d’entre eux écoutent systématiquement l’émission du matin durant laquelle presque aucune musique n’est au menu. Ce ne sont pas moins de 132 répondants sur 144 qui ont indiqué écouter CHOI-FM pour son volet *talk radio*, alors que 7 personnes sur 10 ont tenu à insister sur le fait que c’est spécialement pour les opinions, les débats et les sujets traités qu’ils écoutent CHOI (voir les tableaux 2.1 à 2.5 en annexe 1)¹⁹. Toujours sur le contenu de la station, les auditeurs interrogés disent que les informations sont de bonne qualité dans une proportion de 95 %²⁰, de même qu’aucun d’entre eux n’a tenu à dire que les animateurs font du mauvais travail (voir les tableaux 2.6 à 2.12).

Il n’est pas nécessaire de s’étendre plus longtemps sur ce point. Les données présentées dans les tableaux I et II (et les annexes correspondant à la présente section) nous permettent de confirmer que le seul critère de sélection retenu – arborer une empreinte aux couleurs de la cause de la station – nous a conduit à interpellier des auditeurs qui participent du noyau mobilisateur de la station. Autrement dit, nous avons eu affaire à des « vrais X », tels qu’ils se sont eux-mêmes nommés durant les entrevues. Méthodologiquement, cette démonstration à l’effet que les auditeurs interrogés appartiennent au groupe porteur du mouvement de contestation est très importante. Cela confirme que nous nous sommes adressés aux auditeurs qui seraient les plus à même de fournir l’information

¹⁹ L’ensemble des données sont présentées dans l’annexe 1 : « Annexe des tableaux » et l’ordre des tableaux suit la présentation des données dans le texte. Nous invitons le lecteur à s’y rapporter.

²⁰ Seulement deux répondants ont tenus des propos péjoratifs sur l’information diffusée à CHOI-FM.

essentielle à la compréhension d'un tel phénomène. Ils font figure de ce que les anthropologues nomment des « informateurs privilégiés ».

2.2 Des jeunes hommes de la *lower middle class* : confirmation de la première hypothèse

**Tableau III - Répartition selon le sexe ;
Données BBM et données de la présente enquête**

	Données BBM 2003		Présente enquête	
	N	%	N	%
Hommes	870	66,1 %	109	75,7 %
Femmes	446	33,9 %	35	24,3 %
<i>Total</i>	<i>1 316</i>	<i>100 %</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

**Tableau IV - Répartition selon l'âge ;
Données BBM et données de la présente enquête**

	Données BBM 2003		Présente enquête	
	N	%	N	%
18-24 ans	249	19,9 %	50	34,7 %
25-34 ans	468	37,5 %	61	42,4 %
35-44 ans	275	22,0 %	23	16,0 %
45-54 ans	137	11,0 %	9	6,3 %
55-64 ans	55	4,4 %	1	0,7 %
65 et plus	65	5,2 %	0	0 %
<i>Total</i>	<i>1 249</i>	<i>100 %</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

D'entrée de jeu, nous pouvons dire avec certitude que la clientèle de CHOI-FM est en très grande partie formée de jeunes hommes. Cette caractéristique s'avère très importante, car elle ressort déjà de manière significative dans les sondages BBM²¹ avec, pour l'émission du matin, le deux tiers d'auditeurs masculins et dans la présente enquête qui indique une proportion de trois hommes pour une femme. De plus, tant les auditrices que les auditeurs se concentrent dans des groupes d'âges situés entre 18 et 44 ans²².

Quant à la participation de ce groupe de *jeunes hommes* à la *lower middle class*, un portrait socioéconomique substantiel construit à partir des données de la présente recherche (appuyées des données BBM) nous permet de répondre par l'affirmative à cette première hypothèse. Mais avant de procéder, rappelons quelques caractéristiques essentielles qui définissent la *lower middle class* : un niveau de revenu quelque peu en bas de la moyenne, des conditions d'emploi précaires de même qu'une faible possibilité de mobilité sociale ascendante. Ceci étant fait, nous retiendrons trois

²¹ Nous insistons sur la proximité de nos données avec celles de BBM, car la comparaison des deux études permet d'illustrer des tendances très significatives qui se sont répétées dans deux cadres de recherche différents.

²² La différence entre la répartition de BBM et celle de notre enquête marquée principalement par la proportion plus élevée des 18-24 ans peut probablement s'expliquer par une plus grande propension chez les jeunes en général à s'afficher et à participer à des événements publics. Cela nous permet d'observer une moyenne d'âge sensiblement plus jeune du groupe porteur par rapport à la moyenne d'âge des auditeurs sondés par les BBM.

variables qui nous permettent d'inscrire ce groupe porteur dans cette strate sociale : l'éducation, l'emploi et le revenu.

2.2.1 L'éducation

En ce qui a trait à leur formation académique, il est ressorti que les auditeurs interrogés s'inscrivent dans un éventail de disciplines très restreint et ce, même s'ils présentent des niveaux de scolarité différents (secondaire : 45 %, collégial : 35 % et universitaire : 20 %). Malgré la diversité des formations obtenues, il apparaît que les domaines techniques et les secteurs des métiers, des ventes et des services ressortent comme les principaux champs de formation académique dans lesquels ont étudié ou étudient encore les auditeurs interrogés (voir le tableau 2.15).

Tableau V - Champ de formation académique des répondants

	N	%
Métiers (transport, opérateur de machinerie, cuisine, etc.)	56	39 %
Ventes, représentants, services	14	10 %
Génies (civil, forestier, informatique, etc.)	24	17 %
Technique en intervention auprès des personnes	22	15 %
Administration (secteur privé)	15	10 %
Communication, art et lettres	6	4 %
Enseignement	7	5 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100%</i>

2.2.2 L'emploi

Cette homogénéité quant aux champs de formation se traduit évidemment dans le secteur d'emploi. En effet, les auditeurs formant le groupe porteur de la station occupent des emplois principalement liés au commerce au détail et à la transformation (voir le tableau 2.17)²³. Si nous divisons le marché du travail en secteur public et privé, il ressort que la quasi-totalité des personnes interrogées occupent un emploi dans le secteur privé. Par ailleurs, les types d'emploi qu'occupent les répondants tendent à se polariser à l'intérieur même du secteur privé. Des emplois ayant un statut précaire, offrant une faible sécurité de travail et peu de possibilités de promotion ressortent de manière significative. Il s'agit là de conditions de travail rattachées à ce que nous pourrions qualifier

²³ Nous devons tout de même souligner que notre échantillon compte un 15 % de répondant occupant un emploi en gestion ou en administration, mais nous devons ajouter que tous œuvrent dans le secteur privé (petites et moyennes entreprises principalement), et non dans l'administration publique.

de « secteur privé inférieur »²⁴. À titre indicatif, le secteur d'emploi qu'occupe les auditeurs de CHOI-FM cumule un taux de syndicalisation très bas – environ 30 % des répondants sont syndiqués (voir le tableau 2.19) – par rapport à la moyenne québécoise, ce qui est encore plus vrai lorsqu'on le

Tableau VI – Taux de syndicalisation au Québec en 2002

	%
Moyenne québécoise	41,07 %
Secteur public	82 %
Secteur privé	27,5 %

Source, *Bilan des relations de travail au Québec en 2002*, Ministère du travail du Québec

Tableau VII – Répartition des répondants par secteur d'emploi

	N	%
Secteur public	13	12 %
Secteur privé inférieur	77	71 %
Secteur privé supérieur	18	17 %
<i>Total*</i>	<i>108</i>	<i>100 %</i>

*À la population totale de 144, nous avons retranché les 24 étudiants, les 9 « autres occupations » et les 3 sans-emploi dont une personne retraitée.

d'emploi que leurs parents (voir le tableau 2.17).

2.2.3 Le revenu

Intéresserons-nous enfin au revenu brut par année comme dernier indicateur de la situation socioéconomique des auditeurs. Ici encore, une certaine homogénéité se dessine à la lecture des données recueillies. Certes, un premier coup d'œil au tableau donne à penser que nous avons affaire à des personnes dont le revenu est relativement bas, avec près du tiers de celles-ci ayant un revenu inférieur à 20 000 \$ par année. Mais il faut immédiatement rappeler que

compare au taux de syndicalisation du secteur public. Notons également que l'appartenance à ce secteur d'emploi privé inférieur, qui se présente comme le secteur type de la *lower middle class*, n'est pas seulement celui dans lequel tendent à s'inscrire les auditeurs. En effet, afin d'avoir un indice supplémentaire de cet ancrage des auditeurs dans la *lower middle class*, nous avons interrogé les auditeurs sur l'emploi occupé par leurs parents. Cela nous a permis de constater que les auditeurs de CHOI-FM restent sensiblement dans le même secteur

Tableau VIII – Revenu annuel (avant impôt) du répondant

	N	%
0 à 19 999\$	40	28 %
20 000 à 39 999\$	55	38 %
40 000 à 59 999\$	36	25 %
60 000 à 79 999\$	8	5 %
80 000 à 99 999\$	4	3 %
100 000\$ et plus	1	1 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

²⁴ Le lecteur se rapportera à la division des secteurs d'emplois, inspiré des compilations du Recensement du Canada 2001, que nous avons placée en annexe 3.

notre échantillon compte 24 étudiants, lesquels présentent un revenu en général provisoirement très bas. Une fois les étudiants retranchés de la compilation, les revenus augmentent pour se concentrer dans la tranche des 20 000 \$ à 40 000\$. Cela tend à confirmer ce qui se présentait déjà dans les sondages BBM, à savoir que nous sommes bel et bien en présence de jeunes hommes qui, bien que ne faisant pas partie de la strate la plus pauvre de la société, ne sont pas pour autant les participants actifs de la classe moyenne. Nous pourrions dire qu'ils constituent la partie inférieure de la classe moyenne.

2.2.4 Synthèse du portrait socioéconomique : haut degré d'homogénéité du groupe porteur

Le profil socioéconomique nous permet de confirmer le haut niveau d'homogénéité du groupe porteur de la mobilisation dans l'affaire CHOI-FM radio X. Certes, tant dans notre échantillon que dans les données BBM, nous constatons certaines différences importantes entre, par exemple, les niveaux de scolarité atteints et les types d'emplois occupés. Toutefois, les différences quant au niveau de scolarité n'impliquent pas ici des domaines de formation académique très différents. Il en va de même pour les différents emplois occupés qui se regroupent dans le secteur privé inférieur, comme nous l'avons vu plus haut. Les données recueillies nous permettent donc d'affirmer que les auditeurs formant le noyau mobilisateur de la station CHOI-FM participent dans leur grande majorité à une strate sociale commune, en l'occurrence la *lower middle class*. À plus forte raison, nos données comparatives sur le secteur d'emploi des répondants et celui de leurs parents nous permettent d'appréhender un certain caractère transgénérationnel de cette condition.

2.3 Sous-ensembles d'auditeurs

Les visées de la présente recherche nous ont mis sur la piste d'un groupe porteur dans le mouvement de mobilisation pour la sauvegarde de la station CHOI-FM et pour la défense de la liberté d'expression. Il s'agit d'un groupe très homogène, sexué et socioéconomiquement restreint – que nous avons clairement identifié et défini au début du présent chapitre. Toutefois, avant d'effectuer l'analyse du discours de ce groupe, nous ouvrirons une parenthèse sur des sous-groupes

d'auditeurs qui, malgré leur présence dans la mobilisation pour CHOI-FM, ne peuvent être identifiés comme porteur de la mobilisation.

2.3.1 Les femmes

Bien que les femmes ne fassent pas partie du groupe porteur, nous croyons essentiel de nous arrêter sur ce qui caractérise ce groupe minoritaire qui représente pour la seule émission du matin 33 % de l'auditoire (BBM-2003). Lors de notre terrain, le hasard a voulu que nous interroguions 35 femmes (24 %) et, fait intéressant, les données recueillies dans ces entrevues nous permettent de renforcer l'idée selon laquelle cette station est certainement portée par les jeunes hommes et ce, même si elle n'est pas exclusive à ceux-ci. Regardons d'un peu plus près les données recueillies à ce sujet.

Dans un premier temps, nous trouvons que 21 femmes sur 35 (60%) ont dit écouter cette station 10 heures ou moins par semaine, alors que cela est vrai pour seulement 24 % des répondants masculins. Ceci démontre que les hommes tendent à consommer en plus grande quantité la station. On constate également que le taux de participation de la clientèle féminine aux activités de la station (soirées, spectacles, festivals, etc.) demeure nettement en dessous de celui de leurs vis-à-vis masculins. Cette faible participation se manifeste aussi dans la lutte pour la sauvegarde de la station. À titre indicatif, durant les deux mois qui ont suivi le tumulte de la fermeture, une recension exhaustive des trente-neuf lettres ouvertes défendant la station (lettres parues dans *Le Soleil* du 15 juillet au 15 septembre 2004) a permis de constater que seulement une lettre sur dix a été rédigée par une femme. Enfin, le caractère masculin de l'auditoire de la station se confirme en regard du fait que la plupart des femmes interrogées ont dit écouter la station d'après l'initiative de leur conjoint. Nous tenons à souligner qu'il serait toutefois prématuré de tirer ici des conclusions définitives. Ces quelques données permettent d'éveiller un certain questionnement sur les raisons de l'intérêt que porte la clientèle féminine à la station. Une étude ultérieure pourrait certainement nous éclairer sur ce sujet.

Tableau IX - Répartition selon le sexe des lettres ouvertes défendant CHOI-FM

N	
Hommes	35
Femmes	3
Couples	1
<i>Total</i>	<i>39</i>

Source : *Le Soleil*, « Carrefour du lecteur », lettres ouvertes pour la sauvegarde de la station CHOI-FM publiées entre le 15 juillet et le 15 septembre 2004.

2.3.2 Les étudiants

Les étudiants constituent une autre sous-catégorie importante qui de par sa condition socioéconomique ne cadre pas *a priori* dans le groupe porteur que nous avons identifié. À ce titre, les données BBM révèlent qu'à eux seuls, les étudiants représentent 10 % de l'auditoire du matin et, plus important encore, plus de quatre étudiants sur 10 de la grande région de Québec syntonisent régulièrement la station CHOI-FM. Les étudiants représentent donc une masse importante d'auditeurs pour la station. Par ailleurs, si les données BBM ne donnent pas beaucoup d'information sur la situation sociale des étudiants, notre investigation en revanche permet d'avancer certains éclaircissements. Les 24 entrevues effectuées auprès des étudiants permettent d'inclure la plupart d'entre eux dans le giron de la *lower middle class*. En effet, les données recueillies indiquent que les étudiants interrogés se dirigent vers des secteurs d'emploi qui sont en tout point similaires aux répondants déjà salariés (voir le tableau 2.24). De plus, la donnée la plus intéressante à ce sujet concerne l'occupation de leurs parents, lesquels participent largement de cette strate sociale. En effet, si nous divisons la population en « étudiants » et en « non-étudiants » et que, pour chaque catégorie, nous faisons une répartition selon l'occupation des parents, les proportions sont pratiquement identiques : tant les parents des étudiants que des non-étudiants travaillent dans les secteurs de la transformation, des ventes et des services, soit dans une proportion d'environ 75 %. En somme, malgré l'importance des étudiants dans l'économie d'ensemble de l'auditoire de CHOI-FM, nos données nous révèlent que ce ne sont pas les étudiants en général qui se mobilise pour la station, mais certains étudiants. En cela, la variable « étudiant » n'est en rien discriminante pour expliquer le phénomène de mobilisation.

*

* *

Bien que partielles, les données que nous avons sur ces sous-groupes d'auditeurs viennent encore une fois appuyer l'hypothèse concernant le fait que nous avons affaire à des jeunes hommes faisant partie de la *lower middle class*.

2.4 Le malaise des jeunes hommes de la *lower middle class* : confirmation de la seconde hypothèse

Nous nous tournerons maintenant vers la seconde hypothèse afin d'expliquer en quoi le phénomène de mobilisation autour de l'affaire CHOI-FM prend appui sur cette condition socioéconomique particulière des auditeurs. Nous ne tenterons pas ici de comprendre l'objet de la contestation (ce que nous ferons au chapitre 3), mais nous nous concentrerons plutôt sur les conditions particulières susceptibles de générer une forme de colère qui alimente cette contestation. Deux facteurs seront à retenir, l'un socioéconomique et l'autre culturel. D'une part, nous verrons que le malaise que vivent les jeunes hommes de la *lower middle class* est accentué par la présence, dans la grande région de Québec, d'un imposant milieu socioéconomique lié à la Fonction publique. D'autre part, nous verrons que la culture de la consommation vient elle aussi amplifier la situation frustrante que vivent les auditeurs concernés.

2.4.1 La condition particulière de la grande région de Québec

L'appartenance à la *lower middle class* est à elle seule une condition *a priori* susceptible de générer une certaine irritation chez ceux qui en font partie. Ceci se comprend, comme nous l'avons vu, en regard du haut degré de précarité et d'instabilité qui caractérise cette situation socioéconomique. L'absence de sécurité de travail, la non-appartenance à un filet de sécurité sociale tel que l'assurance médicaments (accordé aux plus pauvres) ou encore la non participation à des grands régimes d'assurance (que s'offrent généralement ceux qui appartiennent à la classe moyenne et à la classe moyenne aisée) sont autant de conditions qui placent les individus de la *lower middle class* dans une situation d'insécurité. Cependant, s'il est déjà possible de tirer certaines conclusions sur le malaise qu'ils vivent en regardant simplement les conditions socioéconomiques du groupe porteur, d'autres éléments importants concourent à ce phénomène.

Tableau X - Répartition de la population de la RMR de Québec selon les secteurs d'emploi publics/privé.

	N	%
Secteurs d'emplois publics	139 660	39,76 %
Secteur d'emplois privé	220 665	61,24 %
<i>Total</i>	<i>360 325</i>	<i>100 %</i>

Source : Statistique Canada, *Recensement 2001*
(échantillon de 20 %)

L'un des éléments qui contribue certainement à accentuer le malaise des jeunes hommes de la *lower middle class* est l'importance, dans la grande région de Québec, d'un milieu socioéconomique

très contrasté par rapport à la situation qu'ils vivent : la Fonction publique. En effet, la grande région de Québec est le siège administratif de l'ensemble de la province du Québec, la province canadienne où le secteur public occupe le plus de place. C'est environ 45 % de l'effectif gouvernemental total du Québec pour l'année 2002 qui se trouve dans la région de la Capitale nationale²⁵. Quant à la répartition de la population active selon les secteurs d'emploi public et privé, c'est 40 % des travailleurs de cette région qui occupent un emploi dans le secteur public, ce qui constitue une proportion énorme du marché de l'emploi. Nous savons qu'une très grande différence quant aux conditions de travail sépare le secteur public et le secteur privé ; en particulier la branche du secteur privé inférieur duquel participent les auditeurs de la station (transformation, services, commerce au détail, etc.). Si nous nous tournons du côté de la sécurité d'emploi (synonyme de stabilité ne l'oublions pas), un fossé énorme sépare les travailleurs de la Fonction publique des travailleurs du secteur privé inférieur. Nous pouvons recourir encore une fois au taux de syndicalisation comme indicateur de cette différence. Même s'il n'existe pas de données spécifiques pour la grande région de Québec, nous savons que le taux de syndicalisation dans le secteur privé au Québec est d'environ 25 %, ²⁶ alors qu'il dépasse les 80 % dans le secteur public²⁷. Nous savons que la syndicalisation, bien qu'encore élevée au Québec (41 %), évolue selon une tendance à la baisse²⁸, ce à quoi s'ajoute les clauses orphelins et autres mesures qui placent les jeunes en situation désavantageuse par rapport aux aînés et à la situation que ces derniers vivaient au moment d'entrer sur le marché du travail. Enfin, de cette différence quant à cette situation de travail découle une kyrielle de conditions socioéconomiques qui distinguent avec un fort contraste deux groupes de la population de Québec. Nous verrons au chapitre portant sur le discours des auditeurs que cette opposition ayant lieu entre deux secteurs d'emploi de même qu'entre deux générations est au centre des propos des auditeurs et, à l'écoute de la station CHOI-FM, nous constatons qu'elle occupe cette même place au sein discours politique des animateurs. Ce clivage, particulièrement prononcé dans la région desservie par CHOI-FM, offre une prise considérable afin de construire le discours de contestation.

²⁵ Institut des statistiques du Québec (ISQ), *Effectif de la fonction publique du Québec en nombre de personnes, Capitale-Nationale et ensemble du Québec, 1998-2002*, <http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil03>.

²⁶ Dans le cadre de la présente enquête, la proportion des travailleurs syndiqués est de 30 %.

²⁷ Ministère du travail, *Bilan des relations de travail au Québec en 2002*, <http://www.travail.gouv.qc.ca/publications/>.

²⁸ Cette baisse est plus significative dans le secteur privé : « De 1997 à 2002, partout au Canada et aux États-Unis, les taux de présence syndicale, autant du secteur public que du secteur privé, ont fléchi, sauf pour le secteur public dans le reste du Canada. Toutefois, la diminution des taux a été plus forte dans le secteur privé. » (*Bilan des relations de travail au Québec en 2002*, Ministère du travail du Québec)

2.4.2 La culture consumériste

À ces conditions socioéconomiques objectives s'ajoutent les habitudes de vie des individus qui participent de cette strate sociale : les « X » participent ni plus ni moins de la « leisure society ». En considérant les deux facteurs que sont leur consommation abondante de loisirs de même que leur situation précaire, nous comprenons que ces individus, détenant un pouvoir d'achat faible en regard de leur désir de consommation, se trouvent dans une certaine incapacité que le supplice de Tantale illustre bien.

Rappelons d'abord que nous avons affaire à des *jeunes hommes* qui commencent, pour ainsi dire, leur vie autonome. Seulement 15 % des répondants (étudiants pour la plupart) habitent toujours chez leurs parents, les autres vivent en appartement (40 %) ou possèdent une maison (40 %) (voir le tableau 2.26). Quant à l'état matrimonial, les données BBM-2003 révèlent qu'un peu plus de 65 % des auditeurs concernés par l'étude vivent en couple, chose similaire dans notre enquête qui présente des proportions approximatives de 60 % (voir le tableau 2.27). L'âge, le type de résidence et l'état matrimonial pris ensemble permettent de conclure que ces jeunes hommes entrent dans une étape de vie autonome ; ces variables forment à elles seules des conditions susceptibles de donner une place importante à la consommation pour ces jeunes. Mais le consumérisme comme valeur dominante s'est manifestée au-delà des conditions de nécessité imposées par la formation d'un ménage. Nos données montrent en effet que la consommation récréative occupe une place importante chez les auditeurs interrogés.

Les auditeurs de CHOI-FM manifestent une grande soif de consommation. Dans un premier temps, rappelons que si la station CHOI-FM prend actuellement une place croissante dans l'actualité au niveau politique, c'est essentiellement en raison du dossier de la fermeture reconduit en lutte pour la liberté d'expression. Cependant, ce caractère politique n'est que secondaire dans l'économie d'ensemble de la station. Il s'agit d'une station commerciale pour laquelle les sports, le show business, les loisirs, la musique, la publicité, occupent la place centrale. Genex Communication inc. se définit d'abord comme une entreprise visant à « développer des produits de qualité dans le domaine du divertissement »²⁹. Notons encore, à titre d'exemple, que le « Liberté Club », créé par la station dans la mouvance la présente contestation, loin d'être une formation politique de défense de

²⁹ Site Internet de Genex communication inc. : <http://www.genexcommunication.com>.

la liberté, est essentiellement un *Fans club* : « [...] Lors des dernières semaines, les auditeurs de CHOI nous ont supporté dans notre cause pour la liberté d'expression. Dans le but de remercier nos auditeurs et de leur faire profiter de certains avantages, nous avons décidé de mettre sur pied le Liberté Club, un club de X qui pourront bénéficier de différents privilèges lors de nos événements [spectacles principalement] ou encore des produits offerts en exclusivité à ces gens. »³⁰ Les principaux thèmes qui y sont développés sont liés à des spectacles, des soirées sportives, des sorties dans les bars, les dernières modes, les derniers gadgets, des jeux vidéos, etc. Rappelons, quant aux auditeurs (rapportez-vous aux tableaux I et II), que leur grande consommation de la station CHOI-FM radio X tend à être exclusive et qu'ils s'y rapportent non seulement sous le rapport de la *Talk radio* mais aussi sous cet aspect de la « société du loisir ». À ce titre, un peu plus de 40 % des auditeurs ont affirmé participer aux activités récréatives organisées par la station et le « Liberté club ».

D'autres indicateurs pourraient être ajoutés à cette liste, notamment l'appréciation que les auditeurs font de la publicité. De manière générale, les auditeurs ne trouvent pas que trop de temps d'antenne est consacré à la publicité et beaucoup d'entre eux soumettent qu'ils apprécient le contenu de celles-ci. Deux propos d'auditeurs permettent de dégager l'esprit de ce rapport aux publicités et plus largement au monde de la consommation : « *j'aime beaucoup la publicité à CHOI, surtout quand elle est faite par Jeff lui-même, ça me touche plus, c'est plus humain* » et « *j'ai vraiment envie d'essayer les produits annoncés. Les animateurs sont honnêtes quand ils les annoncent ; ils disent vraiment ce qu'ils en pensent* ». Ajoutons encore que la musique et le cinéma américain de type populaire arrivent au premier rang des préférences chez les auditeurs (voir les tableaux 2.10, 2.11, 2.12 et 2.28).

Le dernier point que nous voulons aborder (le lecteur se rapportera ici aux tableaux 2.29 à 2.34) concerne la grande « consommation » médiatique des auditeurs de CHOI-FM. Si les auditeurs interrogés sont de grands consommateurs de CHOI-FM, nous pouvons dire également qu'ils sont de grands consommateurs de média en général. En ce qui a trait à la radio exclusivement, nous avons vu plus haut que 50 % des auditeurs ont affirmé n'écouter que CHOI-FM, l'autre moitié syntonise presque exclusivement les trois stations commerciales de la région de Québec dont la facture se rapproche le plus de celle de CHOI-FM : Radio énergie, CHIC et CKNU (cette dernière station est

³⁰ Site Internet de CHOI-FM radio X, <http://www.liberteclub.com>.

celle où œuvre l'animateur André Arthur). Quant aux journaux, la proportion d'auditeurs qui consomme se média est de 63 %, le *Journal de Québec* se classant en tête avec 50 % des auditeurs interrogés qui ont dit le consulter (soit 86 % de ceux ayant affirmé consulter les journaux). Le 10 % d'auditeurs qui ne consulte pas ce dernier journal se tourne vers *Le Soleil*. Les journaux tels que *Voir* et le *Devoir* ne font pas partie du choix des auditeurs interrogés. Enfin, c'est presque la totalité des auditeurs (82 %) qui consomment des médias télévisuels et ce tant pour les émissions de variété, les films que pour les bulletins de nouvelles. Le « Mouton noir » (TQS) arrive en tête quant aux principaux canaux télévisés regardés par les auditeurs (44 %), suivi de près par TVA (40 %). Radio-Canada est bon troisième avec environ 15 % des auditeurs qui écoutent ce canal télévisé. Avec le *Journal de Québec*, TQS et des stations de radio commerciales comme principales sources d'information, les indications sur la consommation médiatique placent en tête de liste des médias privés de type commercial et populiste.

*

* *

Le portrait que nous vous avons présenté permet de reconnaître une conjoncture de certains faits irritants que vivent ces jeunes hommes. Leurs conditions économiques instables arrivent mal à répondre de leur grande soif de consommation et c'est justement cette difficulté que ne semble pas rencontrer les *baby-boomers* tel que décrit dans le discours de la station³¹. Voilà les conditions essentielles qui accentuent leur malaise.

³¹ À ce sujet, Jean-François Fillion faisait remarquer « *Que le Québec est riche en pauvres et pauvre en riches [...] Il n'y a plus de riches pour tirer la charrette [...] On a un énorme déficit au Québec [...] L'économie va mal, elle stagne [...] Est-ce qu'on est au bout du rouleau au Québec ? [...] Il y a une trop grande classe moyenne et pas assez de riches au Québec [...] Si on regarde ailleurs, au Québec, on régresse [...] Le Québec est la province la plus endettée au Pays.* » (Débat organisé par CHOI-FM lors des élections provinciales dans Vanier, Août 2004)

CHAPITRE 3 – PRINCIPES EXPLICATIFS DU PHENOMENE DE MOBILISATION

La question de la sauvegarde de la station CHOI-FM a ceci de particulier qu'elle se présente sous la forme de la défense de la liberté. En effet, « l'affaire CHOI-FM » semble déborder le simple champ de la liberté du commerce pour s'adjoindre à une critique virulente des institutions publiques et politiques. De sorte que la question de la liberté se place au cœur de la critique des institutions. Dans la foulée des manifestations qui ont suivi le bras de fer entre le CRTC et CHOI-FM, un grand nombre d'intellectuels ont nourri ce débat et ont même pris part directement à la lutte aux côtés de la station ; nous citons plus haut les Têtu, Breton, Zilbelberg. Simon Langlois, cherchant quant à lui à expliquer le phénomène d'appui massif des auditeurs, avançait dans son texte que cette station a su « exprimer les préoccupations et les inquiétudes d'une génération de jeunes hommes – *qui sont très critiques des acquis des générations passées*, qui estiment, à tort ou à raison, ne pas avoir leur vraie chance "dans un monde dominé par des acquis" et des rigidités de toutes sortes »³². Tel que le confirment nos recherches sur le profil socioéconomique et culturel de l'auditeur mobilisé, cette critique semble porter en elle les conditions d'un malaise social bien réel. Ce constat étant fait, nous avons voulu vérifier la troisième hypothèse qui se formulait ainsi :

- III. La lutte pour la défense de la station, reconduite en lutte pour la liberté, s'inscrit dans *un discours critique cohérent des institutions* publiques et politiques ancré chez les auditeurs de CHOI-FM.

Pour ce faire, nous avons questionné les auditeurs sur ce qu'ils pensent de l'État et de son rôle dans l'affaire CHOI-FM. Nous leurs avons également demandé de parler du CRTC et de sa place dans une société comme la nôtre. Nous avons posé les mêmes questions à propos des organisations syndicales et, enfin, nous avons interrogé les auditeurs sur la liberté et sur les différents groupes qui se portent à la défense de celle-ci. Ces propos ont été contrôlés par des demandes de justifications et par l'écoute systématique de la station. Ainsi, nous avons été en mesure de bien identifier les différentes modalités selon lesquelles se construit et s'exprime cette « colère » engendrée par le malaise vécu par ces jeunes hommes. Afin de répondre adéquatement à la troisième hypothèse, nous avons organisé la présentation de nos observations en deux sections :

³² Simon Langlois, *Le Soleil*, 24 juillet 2004 (souligné par nous).

3.1 – Le contenu discursif : cette première section vise à exposer les conceptions politiques et idéologiques des auditeurs ainsi que leur degré d'implication politique (ce qui permet déjà de mesurer la portée pratique de ces idées) ;

3.2 – Modalité de construction et d'orientation du contenu discursif : cette seconde section vise à contrôler les modalités selon lesquelles se construit et s'oriente le contenu discursif (le contenu discursif comprend autant les thèmes particuliers traités par les animateurs de la station que celui plus largement diffusé de la campagne « Liberté je crie ton nom partout ! »).

3.1 Le contenu discursif

Nous entreprenons maintenant une troisième étape d'analyse des résultats qui nous conduira à circonscrire le contenu du discours politique, social et culturel des auditeurs, lequel est fortement homogène. Nous résumerons également le degré d'implication politique des personnes interrogées afin d'illustrer la nouveauté que représente pour la plupart des auditeurs une participation à un mouvement de masse. De plus, cela permettra de mesurer la portée pratique de leur discours avant de passer (3.2) à une analyse plus systématique de la manière dont il se construit.

3.1.1 « Liberté, je crie ton nom partout ! »

D'abord, sachant que les personnes interrogées se revendiquent ouvertement de la lutte pour la liberté, nous avons cru bon abordé cette question par le biais du slogan : « Liberté je crie ton nom partout ! », lequel a été apprécié et jugé, par la quasi totalité des auditeurs comme étant représentatif de la lutte qu'ils mènent. Nous avons donc questionné les auditeurs sur leur conception de la liberté. À ce titre, les deux tiers des auditeurs ont exprimé une conception de la liberté qui allait dans le sens d'une expressivité sans contraintes : « *Pouvoir dire tout ce que tu penses* », « *Pouvoir de choisir* » (définition qui renvoie à une conception libertarienne de la liberté). La seule nuance qu'il nous est possible d'introduire afin de discriminer l'autre tiers des répondants qui ont exprimé une définition similaire, est le fait que ces derniers ont insisté sur la limite que pose le fait de dire, d'entendre et de choisir ce que chacun désire : « *Ta liberté termine où celle de l'autre commence* » (définition un peu plus près celle-là d'une perspective libérale). Certains ont même évoqué le cas des États-Unis comme le modèle de la liberté individuelle. Ces conceptions de la liberté qui renvoient à une interprétation purement individualiste des rapports sociaux traversent l'ensemble de notre recherche. Comme nous le verrons plus loin, les auditeurs interrogés s'entendent pour dire que la plus grande entrave à la liberté s'incarne dans le pouvoir public.

3.1.2 Le cas du Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications Canadiennes

Regardons de plus près maintenant la question qui est au cœur de tous les débats : la décision du CRTC de ne pas renouveler la licence de radiodiffusion de la station CHOI-FM radio X.

Rappelons tout d'abord que l'effort intellectuel qui traverse cette recherche s'occupe à circonscrire le lieu de la critique des auditeurs formant le groupe porteur de la mobilisation pour la station CHOI-FM. La totalité des personnes interrogées étaient donc, au préalable, en faveur de la sauvegarde de la station. Toutefois, connaître les raisons pour lesquelles ils désapprouvent la décision du CRTC donne de bons indicateurs sur leur conception du rôle des instances politiques et juridiques ainsi que des indications sur la cohérence de leur discours. Donc, dans un premier temps, pour être en mesure de bien saisir la nature et la portée de la critique qu'ils adressent au CRTC, nous leurs avons tout d'abord demandé de définir le CRTC. Ensuite, quelques questions ont été posées sur les différents aspects entourant le rôle du CRTC : Le CRTC a-t-il trop de pouvoir ? La capacité de sanction du CRTC est-elle trop large ? Le CRTC a-t-il sa raison d'être dans une société comme la nôtre, et si oui, quel rôle devrait-il jouer ?

Tout d'abord, nous devons souligner que les deux tiers des répondants ont formulé une définition cohérente du CRTC. Par définition cohérente nous entendons une définition qui, bien qu'elle puisse être inexacte dans sa forme, exprime tout de même de façon raisonnée l'esprit du CRTC. Pour les uns, c'est « *un organisme de régulation les médias* » ; pour d'autres il s'agit : « *d'une Commission qui régie la radio publique* ». L'autre tiers, quant à lui, se contente de répéter les formules plutôt colorées et largement diffusées sur les ondes de CHOI-FM, notamment dans l'émission de Jean-François Fillion. Celles-ci allaient de « *gang de mangeux de marde* » à « *l'organisme de contrôle des droits à l'information de chaque individu* ».

À partir de ces balises, nous avons interrogé les auditeurs sur la conception qu'ils ont du rôle du Conseil, ainsi que sur la pertinence d'un tel organisme dans une société comme la nôtre. La totalité des auditeurs interrogés estiment le Conseil illégitime dans sa formule actuelle. Là-dessus, 70 % des auditeurs ont affirmé que le CRTC a beaucoup trop de pouvoir, alors que l'autre 30 % a indiqué tout simplement ne pas reconnaître l'existence du CRTC.

Débutons par ces derniers, c'est-à-dire ceux pour qui le CRTC n'a aucune raison d'être. Pour eux, la capacité de sanction devrait correspondre à la seule faculté de jugement de l'auditoire : « *Tu es libre de changer de poste si tu n'es pas content* ». Il revient donc à l'individu de juger de la qualité d'une station de radio et de la pertinence des propos qui y sont tenus : « *Si tu n'es pas content, tu as juste à amener l'animateur en justice* ». Selon eux, se sont les cotes d'écoutes qui

détermineraient en dernière instance la qualité d'une station de radio et ce, selon le processus du libre arbitre des auditeurs quant au choix de la station. Le libre arbitre aurait en soi une double capacité de sanction. D'une part, le choix des auditeurs porte en lui les conditions de variation des cotes d'écoute ; contrainte que nous pourrions qualifier d'objective car elle détermine en grande partie les revenus d'une station de radio. D'autre part, advenant le cas d'excès de langage, le ou les individus visés pourrions toujours recourir au système judiciaire. Somme toute, l'argument qui est déployé ici revient à dire qu'aucune station de radio ne serait en mesure de survivre, soit à une désertion de masse de l'auditoire, soit à de récurrents recours en justice contre ses animateurs ; double contrainte qui pèsent sur la station comme un mécanisme de régulation.

Regardons maintenant du côté des 70 % de répondants qui se sont dits en accord avec la présence d'un organisme de contrôle des ondes tel que le CRTC. Dans un premier temps, bien qu'elle ne soit pas contre une certaine forme de régulation des ondes, cette tranche de l'auditoire exprime tout de même l'urgence d'une réforme en profondeur du mandat du CRTC. Par ailleurs, nous avons constaté que cette volonté de réforme s'exprime de manière différente selon les interlocuteurs qui n'en appelaient pas directement à la fermeture du CRTC. En effet, la moitié de ce pourcentage croit que le CRTC ne devrait jouir d'aucune capacité de sanction. Pour ce 35 % de répondants, le statut du CRTC devrait se résumer tout au plus à un rôle de comptoir ou bien de guichet de service pour l'octroi de licences. On constate ici un certain rapprochement – la perte de toute capacité de régulation – entre cette perception et celle des gens se positionnant contre l'existence du CRTC. En effet, tous deux invoquent la « *liberté des auditeurs de choisir* » ou encore le fait qu'« *une Commission n'a pas le droit de fermer une entreprise privée* », d'où la nécessité de réduire radicalement le rôle de l'organisme³³. Nous pouvons donc conclure que ce sont en réalité 35 % des répondants qui sont contre l'existence du CRTC.

Les 35 % de répondants restant se prononcent en faveur d'une forme minimale de régulation qui se concrétise essentiellement par une protection du contenu francophone, ainsi qu'une protection contre les monopoles. Celle-ci devrait par ailleurs être semblable au code de la route, comparaison d'ailleurs souvent citée par des auditeurs. Ces auditeurs reconnaissent également la nécessité

³³ Nous aurions cru que nombre d'entre eux retiendraient comme critique le fait qu'un organisme canadien, situé à Ottawa, contrôle les entreprises de radiodiffusion du Québec francophone, ce qui ne fut absolument pas le cas (seulement quatre personnes y ont fait référence).

d'intervenir pour endiguer les excès de langage de certains animateurs, mais sans pour autant avoir la capacité de fermer une station. La plupart de ceux qui reconnaissent l'existence du CRTC précisent que les sanctions devraient être dirigées vers les animateurs et non vers la station à laquelle ils sont rattachés.

En somme, le discours de l'ensemble des auditeurs interrogés, qu'ils soient pour ou contre la présence d'un organisme de régulation des ondes, s'entend pour exiger une réforme en profondeur du CRTC. Pour la plupart des auditeurs, la capacité de sanction du CRTC doit être éliminée ou, du moins, réduite à sa plus simple expression. Cette position s'étendra d'ailleurs à d'autres instances politiques et juridiques.

3.1.3 L'État

Nous avons ensuite interrogé les auditeurs afin de savoir si leur critique des institutions se limitait au cas du CRTC ou si elle avait une portée plus générale. C'est en vue de trancher cette question que nous avons cru bon de recenser l'opinion des auditeurs sur le rôle de l'État en général. Ici encore l'économie d'ensemble des réponses forme un large consensus avec les trois quart des personnes interrogées qui estiment que l'État exerce beaucoup trop de contrôle, ce qui aurait pour effet d'entraver la liberté individuelle et de ralentir le développement économique et social. Là-dessus, plus de deux auditeurs sur trois ont dit être contre toute forme d'interventionnisme étatique, que ce soit pour réguler le développement économique ou plus largement pour établir un système de gestion des institutions publiques. L'exemple de la privatisation des soins de santé et de l'éducation est revenu souvent à cet effet. Les réponses obtenues renvoient à cette idée d'un contrôle exacerbé de l'État dans les « affaires sociales », ce qui aurait pour effet de restreindre les choix et l'autonomie des individus. Beaucoup d'auditeurs ont parlé de « *l'État infantilisateur* » pour marquer cet état de fait et d'autres encore affirmaient qu'au Québec « *on marche comme des robots à cause des gouvernements qui sont partout* ». Selon eux, tant les secteurs publics que privés ne devraient faire l'objet d'un monopole ou d'une exclusivité étatique quelconque, et en l'occurrence l'État devrait laisser davantage de place au secteur privé.

Nous avons adressé aux auditeurs une autre question qui visait à nous éclairer sur leur conception de l'État : « Le gouvernement devrait-il intervenir auprès du CRTC ? » À cette question,

plus de neuf répondants sur dix ont catégoriquement affirmé être en faveur d'une intervention de l'État. Près de la moitié d'entre eux justifient leur réponse par le fait que l'État, par l'entremise du gouvernement en place, demeure l'unique endroit ayant les capacités de modifier la décision du CRTC. Citant le poids du nombre : « *Nous sommes plus de 300 000 personnes* », plus d'un auditeur sur trois estime que le gouvernement en place devrait écouter d'avantage la volonté de la majorité. Les 10 % d'auditeurs s'opposant à l'intervention du gouvernement dans le dossier ont plutôt souhaiter voir le procès suivre son cours en avançant des arguments bien résumé par les propos d'un auditeur : « *Non, l'intervention du gouvernement créerait un précédent et ouvrirait la porte à d'autres ingérences* ». Notons que cette donnée révèle un certain paradoxe dans le discours des répondants qui sont, sous certains rapports, en faveur d'un État minimal et, sous d'autres, en faveur d'une intervention directe des instances politiques dans la sphère juridique. Notre analyse de la construction et de l'orientation du discours viendra expliquer ce genre d'incongruïtés dans le discours des auditeurs.

3.1.4 Les syndicats

La position des auditeurs sur le syndicalisme nous est apparue un indicateur d'importance quant à l'orientation politique et idéologique du discours des auditeurs formant le noyau mobilisateur de la station. Rappelons que les personnes interrogées appartiennent au secteur d'emploi traditionnellement le moins syndiqué. À ce titre, la grande majorité des répondants, non syndiqué dans une proportion de 70 %, perçoit les organisations syndicales plutôt d'un mauvais œil. En effet, plus des deux tiers des auditeurs interrogés se sont prononcés contre la présence, voir même l'existence des syndicats. Les raisons le plus souvent évoquées abondent dans le sens suivant : « *les syndicats protègent les lâches* », « *les syndicats nuisent au développement économique* », « *ils sont trop gros* », « *ils font fermer les compagnies avec leur grève* ». Par ailleurs, un certain mécontentement lié au statut de l'ancienneté se constate même chez les gens se positionnant en faveur de la présence de syndicat (jeunes hommes eux-mêmes souvent syndiqués). Ils critiquent l'inefficacité de l'appareil syndical en ce qui a trait à la protection des nouveaux membres : « *Les Conventions collectives sont faites pour protéger les vieux* », on dit plusieurs, ou encore « *malheureusement oui, on est syndiqué à l'endroit où je travaille* », disait un jeune technicien

travaillant pour la fonction publique. Somme toute, la plupart des syndiqués à qui nous avons parlé ont « *l'impression de payer les cotisations pour rien* ».

3.1.5 Participation sociale et politique

Pour être en mesure de déterminer si la cause portée par les auditeurs de CHOI-FM – la défense de la liberté – s'arrime à une idéologie politique particulière ou bien si elle s'incarne dans quelques mouvements populaires ou contre culturels, nous avons jugé bon d'évaluer leur niveau d'implication sociale et le taux de participation aux activités politiques. Pour se faire, nous leurs avons demandé s'ils avaient déjà participé à des événements politiques autres que ceux concernant la sauvegarde de la station. À cette question, 85 % des répondants disent n'avoir participé à aucune autre activité à caractère politique que celle concernant la sauvegarde de la station. Un certain désintérêt politique s'est aussi observé lorsque nous leur avons demandé ce qu'ils pensaient des autres groupes de la société civile qui se mobilisent pour discuter et débattre de la question de la liberté ; nous citons comme exemple, la Marche des femme, le Sommet des Amériques et le Mouvement altermondialiste dans son ensemble. Encore là, près des deux tiers des auditeurs se sont dits être indifférents ou même opposés au Mouvement altermondialiste. Quant à la Marche des femmes et aux implications féministes, aucun d'entre eux et, il importe de le souligner, aucune d'entre elles, ne s'est dit intéressé ou interpellé par cette cause. Il est manifeste que le public de CHOI-FM accorde un très faible intérêt aux différentes activités à caractère public, social et politique.

Nous avons également demandé aux auditeurs s'ils avaient exercé leur droit de vote aux dernières élections fédérales et provinciales et si oui, quels partis ont-ils appuyés ? Présentons d'abord les résultats en comparaison avec les résultats pour l'ensemble du Québec, ce qui nous permettra de constater une inversion des polarités (voir les tableaux XI à XIV).

Il est ressorti que le taux de participation des auditeurs de CHOI-FM aux différentes élections se situe au alentour de 75 %, participation légèrement au-dessus du taux de participation de la population en général (celle-ci varie de 60 % à 70 % ; voir les tableaux 3.5 et 3.6). Considérant que les jeunes québécois sont ceux dont le taux de participation est le plus faible, nous pouvons affirmer que les auditeurs interrogés exercent leur droit de vote aux élections provinciales et

fédérales dans une proportion importante. Cette réalité est pour ainsi dire décantée par rapport au constat que nous avons fait quant à la participation sociale et politique des électeurs. Comment expliquer cela ?

Tableau XI - Répartition de la population étudiée selon le Parti politique appuyé au niveau fédéral

	N	%
Parti conservateur (PCC)	42	52 %
Parti Libéral (PLC)	18	22 %
Bloc Québécois (BQ)	15	18 %
Néo-Parti Démocratique (NPD)	4	5 %
Autres	2	3 %
<i>Total*</i>	<i>81</i>	<i>100 %</i>

* Le total exclu un certain nombre de répondants qui ne votent pas ou qui ont préféré demeurer discret sur cette question.

Tableau XIII - Répartition de la population étudiée selon le Parti politique appuyé au niveau provincial

	N	%
Action démocratique du Québec (ADQ)	68	67 %
Parti Libéral (PLQ)	19	18 %
Parti Québécois (PQ)	11	11 %
Autres	4	4 %
<i>Total</i>	<i>102</i>	<i>100 %</i>

* Le total exclu un certain nombre de répondants qui ne votent pas ou qui ont préféré demeurer discret sur cette question.

Tableau XII - Résultat des élections au niveau québécois lors des élections fédérales du 28 juin 2004

	%
Parti conservateur (PCC)	9 %
Parti Libéral (PLC)	34 %
Bloc Québécois (BQ)	49 %
Néo-Parti Démocratique (NPD)	5 %
Autres	3 %
<i>Total*</i>	<i>100 %</i>

Tableau XIV - Résultat aux élections provinciales du 14 avril 2003

	%
Action démocratique du Québec (ADQ)	18 %
Parti Libéral (PLQ)	46 %
Parti Québécois (PQ)	33 %
Autres	3 %
<i>Total</i>	<i>100 %</i>

Ici intervient de manière manifeste un phénomène qui s'est observé tout au long de la recherche et qui fera l'objet de la section 3.2, à savoir l'influence du discours de la station dans les opinions et choix politiques des auditeurs. Plusieurs auditeurs ont insisté pour dire : « *Avant d'écouter CHOI, je ne votais pas* ». Pour ce qui est du choix des partis, les données indiquent que les auditeurs de la station désiraient être gouvernés par le Parti Conservateur au fédéral et par celui de Mario Dumont au provincial. Cet appui que nous pouvons qualifier de massif – plus de la moitié des auditeurs a choisi de supporter le Parti Conservateur, ratio qui s'élève à deux sur trois pour le cas de l'ADQ – s'explique par le fait que ces deux partis ont appuyé CHOI-FM dans sa lutte³⁴. Et l'inverse est aussi vrai. En effet, les animateurs de CHOI-FM donnent ouvertement leur appui à ces deux formations politiques, ce qui s'est encore confirmé lors des élections partielles dans la

³⁴ Quelques auditeurs ont même affirmé appuyer à la fois le Nouveau parti démocratique et le Parti Conservateur Canadien, deux partis politiques aux programmes pourtant diamétralement opposés. Ces réponses pour le moins surprenantes sont survenues la semaine durant laquelle Jack Layton (NPD) et Stephen Harper (PCC) ont fait, tous deux, des sorties publiques en appui à la station.

circonscription de Vanier. Comme nous le soulignons en introduction, le matin des élections, l'animateur Jean-François Fillion a inciter « *les vrais X à voter ADQ* » ; l'adéquiste Sylvain Légaré a été élu député de Vanier.

*
* *

Bien qu'il puisse sembler difficile d'établir les critères qui président à ces appuis, nous constatons l'importance de ce rapport d'influence entre la station et ses auditeurs et, même s'il reste à préciser, nous pouvons déjà dire que ce rapport tinte autant la participation politique des auditeurs que leur discours. Cela deviendra clair et évident suivant les développements de la prochaine section.

3.2 – Modalité de construction et d'orientation du contenu discursif

Maintenant que le contenu du discours tenu par les auditeurs a bien été cerné, nous tenterons de contrôler les modalités selon lesquelles se construit et s'oriente ce contenu. Après des remarques éclairantes sur la corrélation du discours des animateurs et celui des auditeurs interrogés (3.2.1), nos développements porteront sur la manière dont se construit le discours (logique discursive). Nous montrerons ensuite comment et pourquoi les opinions émises – par les animateurs et les auditeurs – acquièrent un caractère d'autonomie par rapport à une certaine cohérence d'ensemble du discours, c'est-à-dire par rapport à un ordre de sens dans lequel tout discours devrait s'inscrire (3.2.2 et 3.2.3). Nous expliquerons enfin comment cette logique discursive en arrive à s'appliquer à peu près à tous les sujets traités en ondes aussi bien qu'au slogan annonçant la lutte de la station : « Liberté, je crie ton nom partout ! » Cela nous permettra de répondre à la troisième hypothèse portant sur la présence d'un discours critique cohérent (3.2.4).

3.2.1 – Corrélation entre le discours des animateurs et celui des auditeurs

Pour être en mesure de bien cerner les différentes caractéristiques qui modèlent et orientent le contenu discursif des X, procédons tout d'abord à une courte synthèse des réponses obtenues à la

section 3.1. En premier lieu, nous pouvons affirmer que la part de l'auditoire de CHOI-FM interrogée pour cette enquête perçoit le pouvoir public comme étant quelque chose de fondamentalement contraignant. En effet, les réponses obtenues dans le volet politique et culturel nous indiquent clairement que ces auditeurs de la station ont une perception des institutions publiques et politiques qui renvoie presque exclusivement à une somme d'entraves à la libre expression des individus. Ils ont le sentiment que leur sort s'améliorerait si le pouvoir public s'effaçait devant l'individu et l'expression des intérêts privés. Leur discours est donc empreint d'une idéologie de type néo-conservatrice : le désengagement de l'État, la libéralisation des marchés, l'anti-syndicalisme et le caractère judiciaire de la protection individuelle sont les matrices politiques portées par ce discours³⁵.

Par ailleurs, si ce discours apparaît de manière cohérente dans l'énumération de ses éléments, il n'en demeure pas moins difficile d'en établir la cohérence dans *sa justification* et dans l'expression de *sa finalité*. Cette incohérence a été largement constatée lors de l'exercice du terrain. Il a été frappant de voir comment les répondants ont su donner suite aux questions de manière prompt, rapide et catégorique, mais sans pour autant être en mesure de justifier le choix de leur réponse (la nature et la signification de ce phénomène « de dyslexie discursive » seront discutées dans les sections 3.2.2 et 3.2.3). À ce titre, une forte concentration des auditeurs n'a pas été en mesure de donner d'autres arguments que ceux entendus en ondes. En effet, en ce qui a trait au volet social et politique, les réponses, arguments et justifications avancés par les auditeurs étaient presque systématiquement limités à ceux que nous pouvions entendre sur les ondes le matin, le midi ou dans les jours précédents les entrevues. Constatant cet état de fait, nous demandions aux auditeurs : « *Mais ce sont là les propos entendus en ondes, ce sont les arguments des animateurs ou des co-animateurs – Fillion, Parent, Gravel, etc., selon les cas –, est-ce que tu as des arguments personnels là-dessus, peut-être quelques exemples à donner ou autre chose à dire sur le sujet ?* » La plupart d'entre eux ne trouvaient rien de plus à dire.

³⁵Le sens des propos émis se résume bien dans ceux de l'animateur Jean-François Fillion : « *Je suis allé aux États-Unis parce qu'il y avait quelque chose de différent là-bas, la liberté des ondes. Ici, on est arriéré. Pourquoi on ne peut pas aller chercher ce qu'il y a de bon un peu partout et en faire son propre mélange. Pour les pseudo-intellectuels et les tenants de la pensée unique, tout ce qui vient d'ailleurs, ce n'est pas bon, surtout des États-Unis. Par exemple faire de l'argent, c'est dont mal ça, faire de l'argent. Maudit pays arriéré et socialiste ici [...] Aussi, là-bas, on ne ferme pas des entreprises rentables [...] Quand Patrice Demers a pris la station en main, elle faisait un million de pertes et maintenant, elle fait du profit.* » (Le monde parallèle de Jeff, Août 2004)

Cette forte corrélation entre la variation de l'opinion des auditeurs et celle des animateurs de la station est un fait que nous avons relevé tout au long du terrain³⁶. Cela se manifeste déjà dans le volet concernant la participation sociale et politique, et l'est *a fortiori* par l'absence de justifications venant appuyer un discours pourtant radical et catégorique. Ce premier constat permet déjà de dire que, de toute évidence, les auditeurs ne sont pas les porteurs *a priori* d'un discours critique cohérent face aux institutions publiques et politiques. Ce phénomène apparaît de manière encore plus éloquente lorsque nous mettons en porte-a-faux la production du discours et son contenu. Ce que nous entamons dès à présent.

3.2.2 – *Mode de construction du discours*

Jusqu'ici, la recherche nous a permis de constater la présence d'une très forte corrélation entre les discours de la station et celui des auditeurs. La question qui se pose maintenant est de savoir si c'est la radio qui s'efforce de dire ce que ces auditeurs pensent ou si ce sont ces derniers qui pensent ce que la radio dit. Nous émettons l'hypothèse que cette problématique ne peut pas être réglée par l'analyse de l'un (l'auditeur) ou l'autre (la station) des deux pôles. Nous supposons donc qu'elle ne peut être comprise et analysée que sous l'angle d'un lien d'accommodation réciproque et d'influence mutuelle entre les auditeurs et la station, c'est-à-dire que les conditions objectives d'un malaise ressenti par les auditeurs (cf. *Chapitre 2*) font l'objet d'une formulation quotidienne d'un discours des animateurs de la station, et ce nouveau discours a pour effet d'engendrer une nouvelle forme de ressentiment sur lequel tous se prononcent, ce qui deviendra le nouveau lieu de discussion et de contestation, et ainsi de suite. Nous pourrions dire que les uns « ressentent » et les autres « formulent », ces formulations devenant à leur tour la base d'un nouveau ressentiment.

En ne retenant ici que la logique discursive (le mode de production du discours), nous constatons que nous sommes en présence d'un système ouvert dont la fonction est essentiellement de mettre continuellement des opinions en partage – opinion qui ont par ailleurs la faculté de naviguer d'un état d'âme à l'autre et fluctuant au gré des humeurs – à partir desquelles s'ouvrent continuellement de nouveaux sujets. C'est un phénomène assez simple qui renvoie à une

³⁶ Le lecteur se rapportera ici à l'annexe 4, dans laquelle nous avons consigné et analysé l'une des nombreuses manifestations de cette corrélation des opinions qui s'opère même au moment où, sur un même sujet, l'animateur change son opinion.

construction de sens momentanée et immédiate, qui ne peut par ailleurs être rendue possible que par l'action d'une interprétation de la réalité produite de manière toute aussi instantanée et, de surcroît, par les seuls matériaux offerts par cette même réalité (les opinions déjà existantes, les faits d'actualité, la mode, etc.). Le constat général que nous pouvons tirer quant au rapport d'influence entretenu entre la station et la tranche de son auditoire étudiée ici demeure celle d'un consensus habilement³⁷ construit sur un principe de fugacité et du court terme.

Par ailleurs, il est important de noter que, bien que les idées politiques véhiculées par la station soient presque exclusivement de droite, il n'en demeure pas moins que structurellement, le processus idéologique qui s'en dégage demeure celui d'un processus de « libération de l'opinion ». En soi, ce processus ne demeure pas soumis à une formulation politique ou doctrinale précise et ce, bien que le discours politique des animateurs soit empreint du néolibéralisme ambiant (nous y viendrons plus loin). Derrière cette façade idéologique, nous retrouvons un processus de migration des opinions – que se renvoient sans cesse les animateurs et les auditeurs –, mais sans pour autant que celles-ci soient assujetties à quelques attaches idéologiques formelles³⁸. De sorte que la production d'opinions par le moyen d'opinions dans le but d'exprimer des opinions devient la forme achevée d'une opinion libérée de toute contrainte, y compris, tendanciellement, de sens. Le seul sens dont il est question, c'est « *le gros bon sens* », et l'écoute quotidienne de la station ne permet pas d'établir une cohérence d'ensemble du discours. Par conséquent, le principe premier à partir duquel il serait possible de dégager une certaine matrice du rapport d'influence entre la station et ses auditeurs pourra être observé et analysé à partir de ce système discursif – plutôt que selon la seule variable du référent idéologico-politique.

Il ressort donc qu'il n'y a pas *a priori* de vision d'ensemble, c'est-à-dire de grandes idées ou de grands principes structurant et orientant le discours. Le processus discursif n'est le fait que d'une « circulation circulaire » des opinions au jour le jour, dans un espèce de chassé-croisé qui, à la fois, puise sa source et renvoie de manière continue et systématique aux humeurs collectives et aux conjonctures sociales et politiques du moment. Ainsi, il naît une forme de discours qui, sans ancrage préalable, acquiert la capacité de flotter et de dériver d'une formulation à l'autre sans égard à une

³⁷ Ici, ce rapporter à l'étude dirigée par Vincent et Turbide, *Fréquences limites*, laquelle explique les méthodes rhétoriques mises à profit par les animateurs de *talk radio*.

³⁸ Et il semble que c'est là-dessus qu'a misé l'ADQ lors de la dernière campagne électorale dans la circonscription de Vanier en voulant donner une consistance politique à ce phénomène discursif qui semble, *a priori*, en avoir aucune.

cohérence d'ensemble manifeste du discours et ce, notamment parce qu'il est devenu contradictoire dans sa production même³⁹. « Le bateau est sans port », pourrait-on dire, ou pour peu qu'il ait un ancrage, il est en tout point factuel, contingent et pour cela volatile. Nous insistons sur ce point, car il s'agit-là d'un système qui, sans point de repères, sans cadre d'analyse concret, sans idéologie particulière, ne peut construire son discours que par un recours systématique au sens commun⁴⁰.

Toutes choses et leur contraire peuvent alors être dites et diffusées sans mesure – et la censure devient pour le moins d'un archaïsme injustifiable – pour la simple et bonne raison que les uns (animateurs) et les autres (auditeurs) ont tous en partage le sentiment de Vérité. La forme logique soulevée par ce principe discursif se rapporte à ceci que : la vérité devenant l'état de fait, toute chose devient bonne à dire. Voilà le contenu interprétatif de ce qui est entendu sur les ondes de CHOI-FM comme étant le « gros bon sens ». En plus d'expliquer la logique discursive, ceci permet de comprendre pourquoi le contenu du discours entendu sur les ondes de CHOI-FM en vient à se confondre, par accident plutôt que par principe, avec l'idéologie dominante – en l'occurrence ici le néolibéralisme ambiant.

³⁹ Jean-François Fillion est sans doute le champion toutes catégories (au Québec du moins) de ce mode de production du discours. Il a acquis une formidable capacité à discuter – voir même à régler – plusieurs sujets dans une même phrase. Passant d'un sujet à l'autre, disant une chose et son contraire sans même y discerner de contradiction, il parvient à construire du « sens instantané » par l'effet aggloméré d'une multitude d'opinions énoncées et tranchées. Libérée de toutes contraintes, de tous ancrages et sans point de repère concret, l'opinion puise son sens dans un amalgame d'énoncés et de préjugés en tous genres et provenant de tous les horizons possibles. C'est à partir de ce mode de production aléatoire du discours qu'il devient possible de cerner et de comprendre que le contenu des critiques et des plaintes portées aux animateurs de la station est presque systématiquement entendu par ces derniers comme étant des « propos hors contexte ». Le passage de M. Fillion à l'émission télévisée de Paul Arcand démontre de manière éloquente ce système de production du discours. Lors de l'émission, il a en effet démontré qu'il avait développé une extraordinaire capacité à oublier le contexte de chaque propos émis en ondes. Hors du temps et sans contexte, les propos (ou plus précisément les opinions des animateurs) émis en ondes sont en quelque sorte immédiatement sortis de la réalité et tout peut être dit et discuté sans égard à la portée significative des propos émis. Bref, une fois émancipés de tout caractère éthique et normatif, la production du discours et le sens des mots qui lui est rattaché demeurent pour ainsi dire une pure « construction ». C'est ce qui permet à ces animateurs de passer systématiquement du coq à l'âne tout en ne ménageant ni chèvre ni le chou.

⁴⁰ Voici un seul exemple qui illustre bien cette absence de cadre primaire d'analyse. Dans son « émission du retour » (septembre 2004), l'animateur Gilles Parent disait ceci : « *On n'a pas toujours à toujours se justifier. Je suis tanné de toujours expliquer pourquoi on ne doit pas fermer la station [...]. Ça, c'est comme de la glace, quand tu prends de la glace, oui c'est bon, oui ça fait du bien, pis j'aime ça, point. La station CHOI c'est pareil, c'est bon parce que c'est bon, pis j'aime ça. Mais on n'est pas obligé de toujours expliquer pourquoi c'est bon. On est des milliers à trouver ça bon. On ne doit pas, on ne devrait pas passer notre temps à expliquer pourquoi on aime ça, pourquoi c'est bon. C'est bon et j'aime ça, point. Je suis tanné de toujours expliquer ça à tout le monde. On ne devrait pas s'expliquer là-dessus.* » Ceci revient à dire que si une chose existe c'est qu'elle est éminemment bonne en soi. Un cadre analytique minimal aurait pourtant permis à l'animateur concerné de percevoir la forme purement tautologique de l'organisation de sa proposition. « Nous sommes plusieurs, donc nous y avons droit ; et nous y avons droit parce que nous sommes plusieurs », dirait-on. Faire appel à de telles formulations logiques évoque une surpuissance de l'état de fait qui devient, en quelque sorte, indiscutable voir même inaliénable. Ce surplomb donné à l'action sur la pensée ou, nous pourrions dire, cette réquisition de la pensée par la réalité laisse libre court à une forme ou une autre de démagogie de type populiste. On célèbre alors la toute puissance de l'état de fait.

3.2.3 – *L'espace public comme espace de consommation*

Cette logique discursive est rendue possible par le fait que les X ne sont pas, pour ainsi dire, les porteurs *a priori* d'un discours politique concret. Ceux-ci s'inscrivent plutôt en marge du politique et au centre de la société de consommation. Comme nous l'avons vu dans les sections précédentes, les auditeurs interrogés sont davantage animés par l'attrait du consumérisme que par une motivation sociale et politique quelconque. Nous insistons fortement sur ce point car il s'agit-là d'une clé de compréhension importante pour saisir le sens et la signification de la relation privilégiée qu'entretiennent les auditeurs interrogés (caractérisés, comme nous l'avons vu, par une désarticulation politique) et le discours des animateurs quotidiennement entendu sur les ondes de la station (fortement teinté d'un conservatisme néolibéral). Cette relation particulière ne devient intelligible pour nous que si l'on interroge les représentations culturelles, sociales et politiques des X. Rappelons au passage que pour circonscrire les « représentations sociales » du point de vue sociologique, il faut certes prendre en compte le discours, mais il faut surtout s'attarder aux justifications apportées à celui-ci ainsi qu'aux différentes pratiques sociales, culturelles et politiques auxquelles se rapportent les répondants. En cela, les sections 2.2.4 *Culture consumériste* et 3.1 *Contenu discursif* révèlent que les X s'inscrivent dans l'espace public de manière essentiellement consumériste. Autrement dit, pour eux, l'espace public est en soi un espace de consommation, cela par opposition à un espace public conçu comme espace politique, culturel et communautaire. L'espace public considéré comme espace politique et l'espace public conçu comme espace de consommation sont, ni plus ni moins, deux *mondes parallèles*, comme l'évoque le titre de l'émission du matin de Jean-François Fillion : *Le monde parallèle de Jeff* ; deux mondes marqués par un *incomunicado* : qui ne communiquent pas. Ainsi, le discours prend racine et s'appuie sur une logique consumériste comme mode principal de représentation sociale.

Évidemment, ces deux espaces publics différents appellent deux modes de raisonnement distincts. Dans le cas qui nous occupe (la culture consumériste), les sections précédentes font ressortir que la relation entre le contenu discursif (l'idéologie néolibérale) ainsi que le processus discursif pris en soi (la migration des opinions) révèle une incapacité (tant chez les animateurs que les auditeurs) à circonscrire l'univers de sens avec lequel ou contre lequel l'opinion et/ou l'action prennent forme (dyslexie discursive). Cela pourrait s'interpréter comme une négation de certains

principes liés à l'exercice de la Raison. Ces principes renvoient, comme nous le savons, à l'intériorisation de la faculté de jugement par le détour obligé du raisonnement logique. Plus précisément, nous pourrions dire que la Raison est la conscience du libre-arbitre en ce qu'elle s'oppose au pur arbitraire. Par conséquent, si l'on consent que la justification de toutes propositions émises est la contrainte exercée par la Raison sur le libre-arbitre, nous pouvons affirmer que l'absence de Raison devient le levier privilégié du processus de libération de l'opinion. Or, contre ces principes de la Raison, la culture de la consommation célèbre la puissance individuelle (pur arbitraire) par le détour obligé d'une exaltation exacerbée des pulsions, des désirs et surtout des envies. La station de radio CHOI-FM ainsi que le groupe GENEX Communication – tels qu'ils se décrivent eux-mêmes – s'inscrivent à part entière dans cet univers de sens essentiellement axé sur la consommation de masse. L'orientation générale de ces entreprises demeure la consommation du divertissement et des loisirs, et rien de plus. Ils ont tout simplement réussi à saisir, dans une forme radiophonique particulière, différents éléments caractéristiques de l'idéologie consumériste – ceux portant entre autres sur le consentement passif aux pulsions et à l'arbitraire⁴¹. Nous saisissons maintenant beaucoup mieux ce que sous-tend le concept de l'émission du matin *Le monde parallèle de Jeff* et plus généralement l'esprit de Genex Communication : un monde parallèle caractérisé entre autres par l'exacerbation de certains principes définissant la culture de la consommation de masse et, dans corollaire, le déni systématique du processus rationnel soutenant l'exercice du jugement et de la réflexion. Bref, le phénomène CHOI-FM radio X, tel qu'il se présente, n'est rien de plus qu'une des nombreuses manifestations de la culture de consommation de masse, à cette différence près que cette station en est une des formes organisées. Elle est ni plus ni moins que l'une des nombreuses courroies de transmission du mode de vie véhiculé par la société de consommation mais, sans aucun doute, l'une des plus radicale qui soit (cf. *conclusion section b*).

⁴¹ Là-dessus, voici un exemple qui illustre bien cette absence d'une réflexion sur les propos émis en ondes. La totalité des auditeurs interrogés ont dit changer de poste lorsqu'ils sont en désaccord avec les propos émis en ondes : « *Quand n'on est pas content, on a juste à changer de poste. Moi, c'est ça que je fais [...]. Tu changes de poste, tu y reviens un peu plus tard et c'est tout.* » Le fait de signaler son désaccord par une nouvelle syntonisation de poste plutôt que par un appel direct à la station est significatif de la nature du rapport d'appartenance des auditeurs envers leur station préférée. Il s'agit d'une forme d'attachement plutôt ponctuelle, c'est-à-dire qui varie selon les humeurs des uns et des autres. Les auditeurs ne se prononcent pas sur le contenu du discours et encore moins sur l'orientation générale de la station : soit ils y consentent, soit ils changent de poste, mais dans un cas comme dans l'autre l'auditeur adopte une attitude passive par rapport au discours de la station

3.2.4 – La contingence du discours politique de CHOI-FM : falsification de la troisième hypothèse

Une fois trouvée la clef d'interprétation de la logique discursive comme migration relativement aléatoire des opinions, nous pouvons dire que ce processus discursif pris en soi, c'est-à-dire considéré selon sa seule faculté de créer du consentement, pourrait bien, à la limite, se situer à peu près n'importe où sur l'échiquier social et politique. En ce sens, il pourrait bien être porteur d'un discours plus ou moins haineux, plus ou moins sexiste ou raciste, plus ou moins de gauche ou de droite, etc. Le principe reste le même : il s'agit de s'affranchir une plus grande cote d'écoute par un processus de « migration de l'opinion », c'est-à-dire par la production instantanée d'opinions de toutes sortes qui ont par ailleurs la qualité d'être immédiatement émancipées de tous cadres d'analyse, de toutes responsabilités ou encore de toute imputabilité quant au sens des propos émis. Tant et si bien que cette forme particulière de radio pourrait bien se situer, si elle se produisait dans un tout autre cadre social et historique, sous de nouvelles modalités politiques et idéologiques.

Par ailleurs, la particularité du cas de CHOI-FM radio X s'explique par le fait que l'expressivité individuelle des uns et des autres ne s'incarne pas dans un moment politique, mais plutôt dans une logique consumériste qui s'applique parfaitement à la campagne « Liberté je crie ton nom partout ! ». En effet, notre étude révèle que le moment politique de l'affaire CHOI-FM relève davantage d'un accident de parcours – dans le cas qui nous occupe, le retrait des ondes de leur radio préférée et des activités qui lui sont rattachées – que d'une prise de conscience politique inscrite chez les auditeurs porteurs de la mobilisation⁴². Par conséquent, l'appel à la sauvegarde de la station CHOI-FM par l'entremise de l'appel à la sauvegarde de la liberté d'expression ne saurait « s'enraciner » dans l'esprit des X que pour autant qu'il fait l'objet d'un discours « populaire » quotidien sur les ondes de la station. Ce rapport de réciprocité entre la station et les auditeurs, encore une fois structuré en temps réel, laisse à penser que le phénomène d'appui à la station CHOI-FM est en quelque sorte tout aussi éphémère que le contexte dans lequel prennent forme les opinions des animateurs. La fugacité politique des uns et des autres demeure une réalité incontournable d'autant plus évidente qu'elle se manifeste dans et par le biais de la consommation. Bref, nous pouvons certainement avancer l'hypothèse que le mouvement de protestation ne serait en mesure de survivre

⁴² Concernant le « phénomène de dépolitisation » l'enquête révèle qu'il n'existe aucun lieu de discussion politique et/ou d'éducation populaire sur les grands enjeux de la « lutte pour la liberté ». Mis à part la tenue de certains événements plutôt ponctuels (émissions de télé, débats), aucune volonté de discussion sur les grands thèmes mobilisateurs de la lutte n'a été observée.

à la fermeture la station. Les uns et les autres retourneront vaquer à leurs préoccupations quotidiennes – et sans aucun doute vers la consommation d'autres loisirs. Somme toute, le phénomène CHOI-FM radio X ainsi que la campagne « Liberté, je crie ton nom partout ! » relèvent davantage d'un effet caractéristique de la société de consommation de masse que d'une forme quelconque d'éveil politique.

Qui plus est, les résultats de la présente recherche démontrent bien qu'il y a une dissonance marquée entre le discours et la réalité sur laquelle la production de ce discours prend pourtant appui. Entre la réalité empirique du groupe porteur étudié et le discours de la station – entre autres celui portant sur les vertus de l'individualisme, de la consommation et du néolibéralisme –, il y a un monde de différences. Une dette de cohérence est en effet rendue manifeste lorsque l'on constate que le statut socioéconomique du groupe porteur demeure celui de la classe moyenne inférieure à laquelle ne peuvent se rattacher ces valeurs propres au néolibéralisme et ce, pour la simple et bonne raison qu'il (le groupe porteur de la mobilisation) en serait, à court terme, la toute première victime !

*

* *

Somme toute, la précipitation des réponses a grandement contrasté avec la qualité de la justification de celles-ci. Ce hiatus entre la positivité du discours et les justifications apportées ainsi que la dynamique discursive sous-jacente à la construction du discours nous conduisent à affirmer qu'il n'y pas de *discours critique cohérent des institutions* publiques et politiques ancré chez les auditeurs de CHOI-FM, et donc à réfuter la troisième hypothèse de recherche.

CONCLUSION – LE NEOPOPULISME ET L’AFFAIRE CHOI-FM

a. Retour sur les résultats de recherche

La présente recherche avait pour but d’expliquer l’impressionnante mobilisation qui a pris corps suivant l’annonce de la fermeture de la station CHOI-FM par le CRTC. Il devenait urgent d’investiguer ce phénomène, d’autant plus qu’il se présentait sous des aspects politiques et sociaux. En effet, l’affaire CHOI-FM a pris son envol avec comme cause principale la défense de la liberté d’expression – sujet qui a une portée universelle ou, autrement dit, qui touche tout le monde, pas besoin d’insister. Or, un premier tour d’horizon impressionniste révélait que le groupe porteur de la mobilisation (ceux qu’on voyait dans la rue, dans les journaux, etc.) était relativement homogène. Dès lors, on sentait que cette affaire ne concernait qu’une partie spécifique de la population, et déjà l’analyse du sociologue Simon Langlois pointait dans cette direction. Il nous a donc semblé aller de soi que le phénomène ne deviendrait compréhensible qu’en vertu de la réponse à cette question toute simple : Qui donc se sent interpellé par cette cause ? Évidemment, il fallait également s’interroger sur ce qui les interpelle et pourquoi ils se sentent interpellés. Nous avons alors entrepris d’établir le profil socioéconomique et sociopolitique des auditeurs porteurs de la mobilisation. La tâche d’identifier et d’interroger ceux-ci était d’autant plus facile que les personnes mobilisées arboraient des marques au couleur de la lutte : « Liberté, je crie ton nom partout ! » Suivons donc notre raisonnement depuis le début.

D’une part, nous avons pu confirmer que le groupe mobilisé était fortement homogène. Nous avons affaire à des jeunes hommes participant de la *lower middle class*, caractérisée entre autres par un emploi précaire dans le secteur privé inférieur, situation qui laisse peu de place à une mobilité sociale ascendante, *a fortiori* dans une ville comme Québec où prédomine le secteur public. Nous avons également dégagé certains caractères culturels propres à ce groupe d’individus, lesquels participent de ce que nous avons appelé la *leisure society*. Ce profil socioéconomique et culturel permettait déjà de constater les conditions objectives d’un certain ressentiment partagé par ce groupe de la population. D’autre part, leur mode de vie consumériste tributaire de leur situation de jeune ménage et de leur forte consommation récréative, exempt par ailleurs (du moins jusqu’à l’affaire CHOI-FM) de dimensions et d’implications sociales et politiques, détonna énormément par rapport

à leur discours politique. En effet, ces jeunes hommes étaient porteurs d'un discours radicalement néoconservateur. Toutefois, les réponses catégoriques aux questions sociales et politiques ne présentaient aucune forme de justification cohérente et bien ancrée chez les personnes interrogées. La clé de compréhension de cet écart ne pouvait apparaître clairement qu'en détachant notre attention du contenu discursif pour se concentrer sur les modalités selon lesquelles était construit et orienté le discours en question. Nous avons dès lors observé une dynamique discursive circulaire qui prend la forme d'un lien d'accommodation réciproque entre les auditeurs et les animateurs : les uns *ressentent* et les autres *formulent*, avons-nous dit plus haut. Ce qui devenait dès lors manifeste, c'est que l'ensemble des sujets traités, eut égard au contenu, échappait à toute capacité ou volonté d'inscrire les opinions dans une grille d'analyse concrète et cohérente. Cette dynamique discursive valait autant pour les sujets d'actualités précis que pour la cause « Liberté je crie ton nom partout ! ». La conclusion était claire : le moment politique de l'affaire CHOI-FM relève davantage d'un accident de parcours – à savoir le retrait des ondes de la station et des activités qui lui sont rattachées – que d'un intérêt social et politique réellement inscrit chez les auditeurs. Voilà sommairement pour les principes explicatifs de la mobilisation dans l'affaire CHOI-FM.

b. Le véritable enjeu de l'affaire CHOI-FM : l'émergence d'un nouveau populisme

Maintenant, si nous arrêtons la réflexion à ce stade, nous pourrions être tenté d'amoindrir la portée du phénomène de mobilisation à l'étude. En effet, la mobilisation d'une partie de la population pourrait se résumer en un phénomène de consommation, que nous pourrions appeler également un phénomène de mode, qui vient chercher une certaine partie de la population ayant un *life style* en commun. Malgré le discours qu'elle implique, la cause « Liberté je crie ton nom partout ! » ne serait que le cri d'alarme de consommateurs privés de leur bien de consommation privilégié. Or, nous allons maintenant insister sur le fait que ce phénomène, bien qu'il soit consumériste à la base, présente un impact social qui déborde la simple sphère de la consommation.

En effet, si nous reprenons le raisonnement à rebours, c'est-à-dire en partant de la logique discursive et en remontant vers le discours, nous verrons se dessiner une toute nouvelle problématique sociale et sociologique. Voyons dans les faits où cela nous mène. En posant un regard

plus arrêté sur le contenu discursif, nous avons indubitablement constaté que ce contenu se construisait et s'orientait de manière tout à fait ouverte et aléatoire, sans égards à un univers de sens donné et à une grille d'analyse partagée et discutée. Les opinions se construisent selon un processus arbitraire qui s'appuie sur des pulsions et de la factualité. Autrement dit, l'ensemble des opinions émises, tant sociales, politiques que culturelles, prend forme et s'organise selon des structures propres au monde de la consommation. Si cela est vrai pour les auditeurs, ce l'est également pour les animateurs (*Chapitre 3.2*). Par conséquent, le contenu diffusé en ondes se construit sans égards à une cohérence d'ensemble et est par là soumis aux impératifs de l'air du temps. Il constitue un amalgame d'opinions déjà existantes, de nouveaux faits d'actualités, des goûts du jour, etc. (*Chapitre 3.1*).

Et pourtant – et c'est là ce qui doit piquer au vif notre attention sociologique –, ce discours exerce une emprise extrêmement forte chez les auditeurs. Même si le contenu discursif est éphémère, le laps de temps pendant lequel les auditeurs y adhèrent, si court soit-il, les captive et les fascine : il les mobilise (*Chapitres 3.1, 2.1 et introduction section b*)⁴³. Cette adhésion au contenu est déjà manifeste lorsqu'il s'agit de sujets au goût du jour, et pour l'étude de ces modes nous pouvons laisser le terrain à la sociologie de la consommation et au marketing. Cependant, suivant des conjonctures particulières – dans le cas qui nous occupent, la fermeture d'une station de radio – nous avons vu cette logique se transposer dans des débats sociaux et politiques qui vont jusqu'à remettre en question des institutions et des droits sociaux. Ainsi, pour le temps d'une cause, l'éphémère et le contingent se traduisent en action⁴⁴ mais, encore une fois, sans que ne soient établis formellement les paramètres sociaux et politiques qui sont pourtant objets de débat. Nous comprenons enfin pourquoi cette masse d'individus rendue mobilisable sur la base d'un ressentiment (*Chapitre 2*) soit devenue l'enjeu de nombreux idéologues qui, partant de pures constructions abstraites, cherchent à injecter du sens *a posteriori* dans ce phénomène : Frédéric Têtu et l'éveil d'une génération, Jacques Zilbelberg et la liberté d'expression, Réjean Breton et la conspiration « socialiste-syndicaliste », etc. (*Introduction*)

⁴³ Le lecteur se rapportera à l'analyse du discours des animateurs et des auditeurs sur l'euthanasie des malades mentaux, cas que nous avons consigné et analysé (annexe 4).

⁴⁴ Participation à des manifestations publiques, appui de certains partis politiques, mobilisation de l'espace public (par exemple les lettres ouvertes dans les journaux).

*

* *

À la lumière de la découverte des principes explicatifs de la mobilisation dans l'affaire CHOI-FM depuis des constats tout à fait empiriques, et à la lumière de la problématique qui émerge suite à la transposition d'une logique consumériste dans l'espace public, nous mesurons maintenant la portée de la présente recherche. Jusqu'à l'affaire CHOI-FM, les mécanismes discursifs opérant dans cette station et dans l'ensemble des *Talk radio* de même que l'efficace de ce discours demeuraient nébuleux. Or, avec la mobilisation pour la sauvegarde de la station retraduite en cause pour la liberté, la portée de cette logique discursive a pris de l'expansion jusqu'à organiser une réaction autour de thèmes non plus contextuels, mais bien structurels (par exemple les institutions publiques). De là nous constatons qu'une nouvelle tâche sociologique incombe : celle d'explorer la capacité d'expansion de la logique discursive consumériste, laquelle semble constituer une condition ouvrant les portes à l'émergence d'une nouvelle forme de populisme.

ANNEXES

Annexe 1 – Annexe des tableaux

Annexe 1.A – Table des tableaux

CHAPITRE 2 – PORTRAIT SOCIOÉCONOMIQUE DES AUDITEURS MOBILISÉS

2.1 Le groupe porteur de la mobilisation

- Tableau 2.1 – Participation des répondants aux activités pour la défense de la station
CHOI-FM radio X
- Tableau 2.2 – Nombre d'années d'écoute de la station CHOI-FM
- Tableau 2.3 – Nombre d'heures d'écoute de la station CHOI-FM par semaine
- Tableau 2.4 – Participation aux activités régulières de la station
- Tableau 2.5 – Écoute d'autres stations de radio
- Tableau 2.6 – Période d'écoute durant la journée : émissions du matin
- Tableau 2.7 – Période d'écoute durant la journée : émissions du midi
- Tableau 2.8 – Période d'écoute durant la journée : émissions du soir
- Tableau 2.9 – Écoute CHOI-FM pour la radio tribune
- Tableau 2.10 – Écoute CHOI-FM pour la musique
- Tableau 2.11 – Qualité de l'information diffusée à CHOI-FM
- Tableau 2.12 – Qualité du travail des animateurs à CHOI-FM

2.2 Des jeunes hommes de la lower middle class

- Tableau 2.13 – Répartition selon le sexe ;
Données BBM et données de la présente enquête
- Tableau 2.14 – Répartition selon l'âge ;
Données BBM et données de la présente enquête

2.2.1 L'éducation

- Tableau 2.15 – Répartition selon le niveau de scolarité ;
Données BBM et données de la présente enquête
- Tableau 2.16 – Champ de formation académique des répondants

2.2.2 L'emploi

- Tableau 2.17 – Secteur d'emploi occupé par les répondants et comparaison avec le secteur
d'emploi occupé par leurs parents
- Tableau 2.18 – Taux de syndicalisation au Québec en 2002
- Tableau 2.19 – Taux de syndicalisation chez les répondants
- Tableau 2.20 – Répartition des répondants par secteur d'emploi

2.2.3 Le revenu

- Tableau 2.21 – Revenu annuel individuel du répondant

2.3 Sous-groupes de la population

2.3.1 Les femmes

Tableau 2.22 – Participation aux activités régulières de la station ;
Comparaison homme/femme

Tableau 2.23 – Répartition selon le sexe des lettres ouvertes défendant CHOI-FM

2.3.2 Les étudiants

Tableau 2.24 – Champ d'étude des répondants toujours aux études

2.4 Le malaise des jeunes hommes de la *lower middle class* : confirmation de la seconde hypothèse

2.4.1 Les conditions particulières de la grande région de Québec

Tableau 2.25 – Répartition de la population de la RMR de Québec selon les secteurs d'emploi publics/privé.

2.4.2 Culture consumériste

Tableau 2.26 – Type de résidence

Tableau 2.27 – État civil

Tableau 2.28 – Appréciation du temps d'antenne consacré à la publicité

Tableau 2.29 – Autres sources médiatiques que CHOI-FM

Tableau 2.30 – Écoute de la télévision

Tableau 2.31 – Principaux canaux télévisés écoutés

Tableau 2.32 – Lecture de journaux

Tableau 2.33 – Principal journal lu

Tableau 2.34 – Principales station de radio écoutées (excluant CHOI-FM)

CHAPITRE 3 – PRINCIPE EXPLICATIF DU PHÉNOMÈNE DE MOBILISATION

3.1.5 Participation sociale et politique

Tableau 3.1 – Répartition de la population étudiée selon le parti politique appuyé au niveau fédéral

Tableau 3.2 – Résultats des élections fédérales du 28 juin 2004 au niveau québécois

Tableau 3.3 – Répartition de la population étudiée selon le parti politique appuyé au niveau provincial

Tableau 3.4 – Résultats des élections provinciales du 16 avril 2003

Tableau 3.5 – Exercice du droit de vote aux élections fédérales chez les répondants

Tableau 3.6 – Exercice du droit de vote aux élections provinciales chez les répondants

Annexe 1.B – Tableaux

CHAPITRE 2 – AORTRAIT SOCIOÉCONOMIQUE DES AUDITEURS MOBILISÉS**2.1 Le groupe porteur de la mobilisation**

Tableau 2.1 – Participation des répondants aux activités pour la défense de la station CHOI FM radio X

	S'afficher publiquement*		Écrits**		Manifestation	
	N	%	N	%	N	%
Oui	144	100%	111	77,08%	74	51,39%
Non	0	0%	33	22,92%	70	48,61%
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100%</i>	<i>144</i>	<i>100%</i>	<i>144</i>	<i>100%</i>

* Autocollants et objets à l'effigie de la cause « Liberté, je crie ton nom partout »

** Pétition, lettre à des représentants élus, lettre ouverte dans des journaux, etc.

Tableau 2.2 – Nombre d'années d'écoute de la station CHOI-FM

	N	%
1 ans ou moins	2	1 %
2 ans	25	17 %
3 ans	17	12 %
4 ans	11	8 %
5 ans	20	14 %
6 ans	18	13 %
7 ans	15	11 %
8 ans	9	6 %
9 ans	9	6 %
10 ans ou plus	16	11 %
Plus de 10 ans	2	1 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.3 – Nombre d'heures d'écoute de la station CHOI-FM par semaine

	N	%
9 heures ou moins	48	33 %
10 à 19 heures	30	21 %
20 à 29 heures	25	17 %
30 à 39 heures	8	6 %
40 heures ou plus	32	23 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.4 - Participation aux activités régulières de la station*

	N	%
Participe	62	43 %
Ne participe pas	82	57 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

* Party, spectacle, activités sportives, etc.

Tableau 2.5 - Écoute d'autres stations de radio

	N	%
Oui	67	47 %
Non	77	53 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.6 - Période d'écoute durant la journée : émissions du matin

	N	%
Écoute	133	92 %
N'écoute pas	11	8 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.7 - Période d'écoute durant la journée : émissions du midi

	N	%
Écoute	58	40 %
N'écoute pas	86	60 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.8 - Période d'écoute durant la journée : émissions du soir

	N	%
Écoute	98	68 %
N'écoute pas	46	32 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.9 - Écoute CHOI-FM pour la radio tribune

	N	%
Oui	133	92 %
Non	11	8 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.10 - Écoute CHOI-FM pour la musique

	N	%
Oui	113	78 %
Non	31	22 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.11 - Qualité de l'information diffusée à CHOI-FM

	N	%
Bonne	136	95 %
Moyenne	6	4 %
Mauvaise	2	1 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.12 - Qualité du travail des animateurs à CHOI-FM

	N	%
Bon	139	97 %
Moyenne	5	3 %
Mauvaise	0	0 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

2.2 Des jeunes hommes de la *lower middle class*

Tableau 2.13 - Répartition selon le sexe ; Données BBM et données de la présente enquête

	Données BBM 2003		Présente enquête	
	N	%	N	%
Hommes	870	66,1 %	109	75,7 %
Femmes	446	33,9 %	35	24,3 %
<i>Total</i>	<i>1 316</i>	<i>100 %</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.14 - Répartition selon l'âge ; Données BBM et données de la présente enquête

	Données BBM 2003		Présente enquête	
	N	%	N	%
18-24 ans	249	19,9 %	50	34,7 %
25-34 ans	468	37,5 %	61	42,4 %
35-44 ans	275	22,0 %	23	16,0 %
45-54 ans	137	11,0 %	9	6,3 %
55-64 ans	55	4,4 %	1	0,7 %
65 et plus	65	5,2 %	0	0 %
<i>Total</i>	<i>1 249</i>	<i>100 %</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

2.2.1 L'éducation

Tableau 2.15 - Répartition selon le niveau de scolarité ;
Données BBM et données de la présente enquête

	Données BBM 2003		Présente enquête	
	N	%	N	%
Secondaire (DES, DEP)	553	43.8 %	65	45 %
Collégial	417	33,0 %	51	35 %
Universitaire	293	23.2 %	28	20 %
<i>Total</i>	<i>1 263</i>	<i>100 %</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.16 - Champ de formation académique des répondants

	N	%
Métiers (transport, opérateur de machinerie, cuisine, etc.)	56	39 %
Ventes, représentants, services	14	10 %
Génies (civil, forestier, informatique, etc.)	24	17 %
Technique en intervention auprès des personnes	22	15 %
Administration (secteur privé)	15	10 %
Communication, art et lettres	6	4 %
Enseignement	7	5 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100%</i>

2.2.2 L'emploi

Tableau 2.17 - Secteur d'emploi occupé par les répondants et comparaison avec le secteur d'emploi occupé par leurs parents

	Occupation du répondant		Occupation du père		Occupation de la mère	
	N	%	N	%	N	%
Métiers (transport, opérateur de machinerie, cuisine, etc.)	44	31%	85	59%	13	9%
Ventes, représentants, services	18	13%	13	9%	38	26%
Génies (civil, forestier, informatique, etc.)	15	10%	6	4%	6	4%
Technique en intervention auprès des personnes	10	7%	3	2%	13	9%
Administration (secteur privé)	16	11%	25	17%	14	10%
Communication, art et lettre	2	1%	0	0%	1	1%
Enseignement	3	2%	2	1%	10	7%
Femme ou homme au foyer	0	0%	1	1%	48	33%
Étudiant	24	17%	-	-	-	-
Sans emplois	3	2%	1	1%	1	1%
Autres occupations	9	6%	8	6%	0	0%
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100%</i>	<i>144</i>	<i>100%</i>	<i>144</i>	<i>100%</i>

Tableau 2.18 - Taux de syndicalisation au Québec en 2002

	%
Moyenne québécoise	41,07 %
Secteur public	82 %
Secteur privé	27,5 %

*Source, *Bilan des relations de travail au Québec en 2002*, Ministère du travail du Québec

Tableau 2.19 - Taux de syndicalisation chez les répondants

	N	%
Syndiqué	35	30 %
Non-syndiqué	82	70 %
<i>Total*</i>	<i>117</i>	<i>100 %</i>

* À la population totale de 144, nous avons retranché les 24 étudiants et les 3 sans-emploi.

Tableau 2.20 - Répartition des répondants par secteur d'emploi

	N	%
Secteur public	13	12 %
Secteur privé inférieur	77	71 %
Secteur privé supérieur	18	17 %
<i>Total*</i>	<i>108</i>	<i>100 %</i>

*À la population totale de 144, nous avons retranché les 24 étudiants, les 9 « autres occupations » et les 3 sans-emploi et la personne retraitée.

2.2.3 Le revenu

Tableau 2.21 - Revenu annuel individuel du répondant

	N	%
0 à 19 999\$	40	28 %
20 000 à 39 999\$	55	38 %
40 000 à 59 999\$	36	25 %
60 000 à 79 999\$	8	5 %
80 000 à 99 999\$	4	3 %
100 000\$ et plus	1	1 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

2.3 Sous-groupe de la population

2.3.1 Les femmes

Pour la répartition de l'auditoire selon le sexe voir le tableau 2.12.

Tableau 2.22 - Participation aux activités régulières de la station* ; comparaison homme/femme

	Femmes		Hommes	
	N	%	N	%
Participe	10	29 %	50	48 %
Ne participe pas	25	71 %	55	52 %
<i>Total</i>	<i>35</i>	<i>100 %</i>	<i>105</i>	<i>100 %</i>

* Party, spectacle, activités sportives, etc.

Tableau 2.23 - Répartition selon le sexe des lettres ouvertes défendant CHOI-FM

	N
Hommes	35
Femmes	3
Couples	1
<i>Total</i>	39

Source : *Le Soleil*, « Carrefour du lecteur », parues entre le 15 juillet et le 15 septembre 2004.

2.3.2 Les étudiants

Tableau 2.24 - Champ d'étude des répondants toujours aux études

	N
Métiers (transport, opérateur de machinerie, cuisine, etc.)	1
Ventes, représentants, services	1
Génies (civil, forestier, informatique, etc.)	4
Technique en intervention auprès des personnes	6
Administration (secteur privé)	7
Communications, art et lettre	1
<i>Total*</i>	24

2.4 Le malaise des jeunes hommes de la *lower middle class* : confirmation de la seconde hypothèse

2.4.1 Les conditions particulières de la grande région de Québec

Tableau 2.25 - Répartition de la population de la RMR de Québec selon les secteurs d'emploi publics/privé.

	N	%
Secteur public	139 660	39,76 %
Secteur privé	220 665	61,24 %
<i>Total</i>	360 325	100 %

Source : Statistique Canada, *Recensement 2001* (échantillon de 20 %)

Pour le taux de syndicalisation par secteur d'emploi au Québec, voir le tableau 2.17.

Pour le taux de syndicalisation des auditeurs interrogés, voir le tableau 2.18.

2.4.2 Culture consumériste

Tableau 2.26 - Type de résidence

	N	%
Maison	62	43 %
Appartement	56	39 %
Condominium	1	1 %
Parents	24	17 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.27 - État civil

	N	%
Marié	23	16 %
Conjoint de fait	60	41 %
Célibataire	59	41 %
Divorcé	1	1 %
Veuf	1	1 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.28 - Appréciation du temps d'antenne consacré à la publicité

	N	%
Raisnable	121	84 %
Trop abondant	23	16 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.29 - Autres sources médiatiques que CHOI-FM

	N	%
Oui	138	96 %
Non	6	4 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.30 - Écoute de la télévision

	N	%
Oui	119	83 %
Non	25	17 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 2.31 - Principaux canaux télévisés écoutés*

Canaux	Écoute		N'écoute pas		Total	
	N	%	N	%	N	%
TQS	63	44 %	81	56 %	144	100 %
TVA	57	40 %	87	60 %	144	100 %
RC	23	16 %	121	84 %	144	100 %
RDI	16	11 %	128	89 %	144	100 %
LCN	15	10 %	129	90 %	144	100 %
TQ	6	4 %	138	96 %	144	100 %
Autres	10	7 %	134	93 %	144	100 %

* Lorsque plus d'un canal a été nommé, nous ne retenons que les deux premiers.

Tableau 2.32 - Lecture de journaux

	N	%
Oui	90	63 %
Non	54	37 %
Total	144	100 %

Tableau 2.33 - Principal journal lu

Journaux	Consulte		Ne consulte pas		Total	
	N	%	N	%	N	%
Journal de Québec	78	54 %	66	46 %	144	100 %
Le Soleil	22	15 %	122	85 %	144	100 %
La Presse	6	4 %	138	96 %	144	100 %
Autres	5	3 %	139	97 %	144	100 %

Pour les proportions d'auditeurs qui écoutent une autre station que CHOI-FM, voir le tableau 2.5.

Tableau 2.34 - Principales stations de radio écoutées (excluant CHOI-FM)

Stations	Écoute		N'écoute pas		Total	
	N	%	N	%	N	%
Énergie	16	11 %	128	89 %	144	100 %
CHIC	16	11 %	128	89 %	144	100 %
CKNU	11	8 %	133	92 %	144	100 %
Rock détente	7	5 %	137	95 %	144	100 %
CHOM	5	4 %	139	96 %	144	100 %
CHRC	4	3 %	140	97 %	144	100 %
CFOM	4	3 %	140	97 %	144	100 %
Autres	7	5 %	137	95 %	144	100 %

CHAPITRE 3 – PRINCIPES EXPLICATIFS DU PHÉNOMÈNE DE MOBILISATION

3.1.5 Participation sociale et politique

Tableau 3.1 – Répartition de la population étudiée selon le parti politique appuyé au niveau fédéral

	N	%
Parti conservateur (PCC)	42	52 %
Parti Libéral (PLC)	18	22 %
Bloc Québécois (BQ)	15	18 %
Néo parti démocratique (NPD)	4	5 %
Autres	2	3 %
<i>Total*</i>	<i>81</i>	<i>100 %</i>

* Le total exclu un certain nombre de répondants qui ne votent pas ou qui ont préféré demeurer discret sur cette question. Cf. tableau 3.5.

Tableau 3.2 – Résultats des élections fédérales du 28 juin 2004 au niveau québécois

	%
Parti conservateur (PCC)	9 %
Parti Libéral (PLC)	34 %
Bloc Québécois (BQ)	49 %
Néo parti démocratique (NPD)	5 %
Autres	3 %
<i>Total*</i>	<i>100 %</i>

Tableau 3.3 – Répartition de la population étudiée selon le parti politique appuyé au niveau provincial

	N	%
Action démocratique du Québec (ADQ)	68	67 %
Parti Libéral (PLQ)	19	18 %
Parti Québécois (PQ)	11	11 %
Autres	4	4 %
<i>Total</i>	<i>102</i>	<i>100 %</i>

* Le total exclu un certain nombre de répondants qui ne votent pas ou qui ont préféré demeurer discret sur cette question. Cf. tableau 3.6.

Tableau 3.4 - Résultat des élections provinciales du 16 avril 2003

	<i>%</i>
Action démocratique du Québec (ADQ)	18 %
Parti Libéral (PLQ)	46 %
Parti Québécois (PQ)	33 %
Autres	3 %
<i>Total</i>	<i>100 %</i>

Tableau 3.5 - Exercice du droit de vote aux élections fédérales chez les répondants

	N	<i>%</i>
A voté	110	76 %
N'a pas voté	34	24 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Tableau 3.6 - Exercice du droit de vote aux élections provinciales chez les répondants

	N	<i>%</i>
A voté	115	80 %
N'a pas voté	29	20 %
<i>Total</i>	<i>144</i>	<i>100 %</i>

Annexe 2 – Grille d’entrevue

Lieu de l’entrevue : _____ Date de l’entrevue : _____

A. Habitudes de consommation médiatiques

1. Émission(s) écoutée(s) : matin / midi / soir ; Titre : _____

2. Lieu d’écoute : maison / auto / travail / autre : _____

3. Temps d’écoute / combien d’heures par semaine : _____

4. Depuis combien d’années écoutez-vous CHOI : _____

5. Avez-vous d’autres sources médiatiques que CHOI radio X pour vos informations : *oui / non*

- Télévision : quelle(s) chaîne(s) : _____

- Journaux : quel(s) type(s) : _____
(Abonnement)

- Radio : quelle(s) chaîne(s) : _____

- Autres : _____

B. Contenu de la station

6. Pourquoi écoutez-vous CHOI (préférences) ?

Musique, les informations, les activités, lignes ouvertes, entrevues, autres : _____

Émission d’information & ligne ouverte

- L’information est-elle de bonne qualité ? _____

- Les animateurs font-ils du bon travail (couverture des événements, revues de presses, politique) ? *oui / non* : _____

7. Participez-vous aux activités de la station : *oui / non*

Lesquelles : *sportives, de financement, partys, émissions, lignes ouvertes, autres* : _____

8. Y a-t-il trop de temps d’antenne consacré aux publicités ? *oui / non* _____

9. Que signifie le X dans le concept de Radio X ? C’est quoi être un X pour vous ? _____

C. Concernant la possibilité de la fermeture de la station :

10. Êtes-vous d'accord avec la décision du CRTC de fermer la station : *oui / non*

Pourquoi : _____

11. La sanction imposée à CHOI par le CRTC est-elle trop sévère, si oui, quelles autre(s) sanction(s) faudrait-il imposer ? _____

12. Le CRTC a-t-il trop de pouvoir ? *oui / non*

13. Qu'est-ce que c'est pour vous le CRTC : _____

14. Devrait-il y avoir des institutions telles que le CRTC pour encadre les ondes ? Le CRTC a-t-il sa raison d'être ? _____

15. De manière générale, trouvez-vous qu'il y a trop de contrôle étatique dans des activités citoyennes, dans les compagnies, dans notre société, etc. ? _____

16. Le gouvernement devrait-il intervenir auprès du CRTC ? *oui / non*

Pourquoi ? _____

17. Il y a une certaine partie de la population qui appuie la décision du CRTC, que pensez-vous de ces critiques ? Sont-elles légitimes selon vous ?

- Ex. les groupes visés par Fillion (handicapés, féministes, politiciens, etc.)
- Que pensez-vous de l'attitude du maire L'Alliés qui s'est prononcé pour la fermeture ?

18. Avez-vous participé à des actions pour la sauvegarde de la station : *pétition, manif.* *oui / non*

Autres : _____

D. Volet politique et culturel

19. Que pensez-vous du slogan de CHOI : « Liberté, je crie ton nom partout » ? _____

20. Qu'est-ce que la « liberté », selon vous : _____

21. Êtes-vous d'accord avec tous les propos de Jeff Fillion ; dans certains cas, va-t-il trop loin ?

Ex. : euthanasie des handicapés, les français sont des nazis, langage parfois vulgaire, etc.

oui / non _____

22. Avez-vous participé à d'autres événements populaires et politiques ? *oui / non*

Ex. Campagne Opération scorpion, d'autres événements concernant spécifiquement la « liberté » ou la « liberté d'expression » comme le Sommet des Amériques, les fusions municipales ou autre :

Ex. Marche des femmes ; la cause des femmes, etc. : _____

23. Avez-vous voté aux dernières élections : provinciales *oui / non* fédérales *oui / non*

24. Est-ce qu'un parti vous attire plus qu'un autre : provincial _____ fédéral _____

25. Est-ce que vous vous intéressez aux différents phénomènes culturels underground comme le *Jack Ass* ou autre _____ : *oui / non*

26. Quelles sont vos habitudes de consommation (loisirs)? Film, musique, DVD, jeux vidéo, automobile, etc. _____

27. Si vous gagniez 200 000 \$ demain, quelle est la première chose que vous feriez ? Comment l'utiliseriez-vous ? _____

E. Questions sociodémographiques :

28. Âge : _____

29. Sexe : *femme / homme*

30. État civil : *Marié, célibataire, divorcé, conjoint de fait*

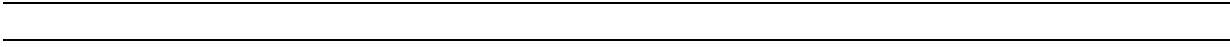
- Enfants : *oui / non*

31. Profession / occupation ?

- Statut d'emploi : cadre, propriétaire, employé.
- Si employé : temps plein / temps partiel ; occasionnelle / permanente ;
- Syndiqué / non syndiqué
- Opinion sur les syndicats : pour / contre ; diriez-vous qu'ils prennent trop de place ?

32. Revenu personnel brut

- Entre 0 et 20 000 \$
- Entre 21 000 et 40 000 \$
- Entre 41 000 et 60 000 \$



Annexe 3 – Division des secteurs d'emploi utilisée pour la présente recherche⁴⁵

A) Secteur public

- Services publics
- Services d'enseignement
- Soins de santé et assistance sociale
- Administrations publiques

B) Secteur privé

B.1) Secteur privé inférieur (secteur qu'occupent principalement les auditeurs de CHOI-FM).

- Agriculture
- Fabrication
- Commerce de gros
- Commerce de détail
- Transport et entreposage
- Services techniques
- Services administratifs, services de soutien
- Hébergement et services de restauration

B.2) Secteur privé supérieur

- Industrie de l'information et industrie culturelle
- Finance et assurances
- Services immobiliers et services de location et de location à bail
- Services professionnels et scientifiques
- Gestion de sociétés et d'entreprises
- Arts, spectacles et loisirs

⁴⁵ D'après la compilation du recensement du Canada 2001.

Annexe 4 – Le cas des malades mentaux

Un cas révélateur de cette solidarité des discours concerne l'affaire des malades mentaux. L'une des plaintes retenues par le CRTC concerne les propos tenus le 8 mai 2003 par l'animateur Jeff Fillion à l'endroit des malades mentaux dits « cas lourds » :

« Pourquoi un moment donné on tire pas sa plogue. Non mais il ne mérite pas de vivre. C'est un esti de paquet de troubles pour la société ce bonhomme là. Moi je pense que dans le zoo on devrait remplir les chambres pis que un moment donné, y a une switch pis que une fois par quatre mois, tu pèses sur le piton pis qui sort rien qu'un petit gaz pis que tu vas là pis tu ramasses ça dans des sacs. »⁴⁶

Ces propos ont été placés au centre de la controversée fermeture de la station. Quelle interprétation donnée à ces propos ? Voilà la question qui était au cœur des débats. Du côté de la station de radio, deux positions sur le sens de ces propos se sont succédées dans le temps, l'une avant la mi-août 2004 et l'autre ensuite. Si nous nous rapportons à la défense de l'animateur devant le CRTC, les propos sont abordés sous l'angle d'un débat de société sur l'euthanasie, conclusion que tire également le CRTC : « À la suite de l'écoute de l'extrait commentant cette nouvelle qui a duré environ une demi-heure entre 7 h et 7 h 35 le 8 mai 2003, le Conseil note que les propos furent mentionnés dans le cadre d'un débat d'opinions sur un sujet d'intérêt public controversé, soit l'euthanasie et la dignité humaine. »⁴⁷ Cela reconnu, les propos de l'animateur cités ci haut constituaient une position sur le problème soulevé. Or, au mois d'août 2004, durant l'émission du matin *Le monde parallèle de Jeff*, une interprétation nouvelle de ces propos, avancée par le co-animateur Denis Gravel, déplace le débat en faisant de cette position une critique contre l'État et les services publics médiocres de la province de Québec. Denis Gravel soutenait en effet que ce que visait M. Fillion par sa critique était les conditions médiocres dans lesquelles vivaient les malades mentaux et qu'en se sens, « ceux-ci seraient mieux morts que traités ainsi ». Cette interprétation nouvelle sera reprise de nombreuses fois par l'animateur vedette, entre autres lors de l'émission télévisée de Paul Arcand dans laquelle Jean-François Fillion est l'invité.

⁴⁶ CRTC, *Décision de radiodiffusion du CRTC 2004-271, CHOI-FM – non renouvellement de licence*, Ottawa, 13 juillet 2004, paragraphe 49.

⁴⁷ CRTC, *Décision de radiodiffusion du CRTC 2004-271, CHOI-FM – non renouvellement de licence*, Ottawa, 13 juillet 2004, paragraphe 52.

Ce qui est particulièrement intéressant, c'est que ce changement de sens des propos énoncés par les animateurs a pu être observé par la suite chez son auditoire. Dans un premier temps, la position sur l'euthanasie présente dans le rapport du CRTC ressort dans les entrevues que nous avons effectuées durant la première semaine de terrain. Dans les 15 entrevues effectuées sur cette période – avant la réinterprétation des propos par Denis Gravel donc – tous les auditeurs parlent d'un problème de société lié à l'euthanasie. Parmi eux, nous trouvons 6 répondants sur 15 pour se dire en faveur de l'euthanasie active (position de l'animateur). Toutefois, suivant la réinterprétation du mois d'août 2004, tous les répondants qui se sont prononcés sur cette question parleront d'un problème de sous financement des services publics dédiés aux malades mentaux. Ils accusent entre autres les détracteurs de Jean-François Fillion, le CRTC en tête, de citer les « propos hors contexte ». Ce n'est là qu'un exemple sur la corrélation des discours, et il a le mérite de porter sur un thème important et de se dérouler sur une longue durée, ce qui permet de bien suivre la mutation des opinions, l'incohérence du sens général du discours et l'efficace qu'il a sur les auditeurs.

Bibliographie

- ADORNO, Theodor W. et Max Horkheimer (1974), *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard.
- ARENDT, Hannah (1972), *Le système totalitaire*, Paris, Éditions du Seuil.
- ARENDT, Hannah (1989), *La crise de la culture*, Paris, Gallimard.
- BBM, *sondages sur la radio*, 2003.
- COURRIER DU LECTEUR, *Le Soleil*, du 15 juillet au 15 septembre 2004.
- CRTC, 2002-189 <http://www.crtc.gc.ca>
- CRTC, 2004-271, <http://www.crtc.gc.ca>
- FREITAG, Michel (2002), *L'oubli de la société – Pour une théorie critique de la postmodernité*, Québec, Presse de l'Université Laval.
- INSITUT DES STATISTIQUES DU QUÉBEC, *Effectif de la fonction publique du Québec en nombre de personnes, Capitale-Nationale et ensemble du Québec, 1998-2002*, <http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil03>.
- LANGLOIS, Simon, « La colère des jeunes hommes de Québec », *Le Soleil*, 24 juillet 2004.
- MARCUSE, Herbert (1971), *Eros et civilisation*, Édition de minuit, Paris.
- MARCUSE, Herbert (1968), *L'homme unidimensionnel*, Paris, Minuit.
- MINISTÈRE DU TRAVAIL DU QUÉBEC (2003), *Bilan des relations de travail au Québec en 2002*.
- SAUVAGEAU, Florian, Pierre Trudel et Marie-Hélène Lavoie (1995), *Les tribuns de la radio – Échos de la crise d'Oka*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture.
- RIESMAN, David (1964), *La foule solitaire*, Paris, B. Arthaud.
- RECENSEMENT DU CANADA 2001*.
- SIMARD, Jean-Jacques (1988), « La révolution pluraliste : Une mutation du rapport de l'homme au monde ? », *Société*, hiver, 2 : 7-42.
- VINCENT, Diane et Olivier Turbide (2004), *Fréquences limites – La radio de confrontation au Québec*, Québec, Nota bene.

