

Articles

LE MESSAGE HUMORISTIQUE RADIODIFFUSÉ

par André-Gilles BRODEUR*

SOMMAIRE

INTRODUCTION	46
1. LE MESSAGE HUMORISTIQUE RADIODIFFUSÉ	46
1.1 Quel est-il?	47
1.2 Caractéristiques du message	48
1.3 En quoi le message humoristique se différencie-t-il des autres messages radiodiffusés?	49
2. LES ARGUMENTS	50
2.1 La liberté d'expression	50
2.2 Le droit à l'information	53
2.3 Le droit à la communication	53
2.4 La rareté des fréquences	53
2.5 La protection des récepteurs	54
2.6 Protection de la culture nationale	56
2.7 Lutte à la discrimination	57
3. LES TECHNIQUES DE RÉGLEMENTATION	57
3.1 Les interdictions	59
3.2 Les droits extra-patrimoniaux	61
A) Éléments québécois	63
B) Le droit supplétif applicable	64
C) La doctrine française	65
D) Observations américaines	66
E) Jurisprudence française	67
3.3 L'équité (fairness)	70
3.4 Déontologie — Auto-réglementation	72
CONCLUSION	76

* Avocat au Centre communautaire juridique de l'Estrie.

*“Quant aux jeux de mots, qui se font
des uns aux autres, avec modeste
gayeté et joyeuseté, ils appartiennent
à la vertu nommée eutrapélie par les
Grecs, que nous pouvons appeler
bonne conversation; et par iceux, on
prend honneste et amiable récréation
sur les occasions frivoles que les
imperfections humaines nous
fournissent.”*

François de Sales.

INTRODUCTION

Si la documentation sur le message publicitaire, sur le message politique ou sur l'information radiodiffusée se retrouve en relative abondance sur les rayons des bibliothèques de Droit ou sur ceux des organismes spécialisés en communication, il en va tout autrement de la documentation touchant le message humoristique.

Aussi, si le message humoristique radiodiffusé peut être défini pour partie comme appartenant au domaine de la caricature verbale, c'est en puisant du côté de la caricature “écrite”... ou enfin, dessinée que nous avons pu trouver des matériaux plus spécifiques à notre sujet.

1. LE MESSAGE HUMORISTIQUE RADIODIFFUSÉ

L'arrivée de la radio au cours des années '20 a eu un impact certain sur la communauté québécoise dans son ensemble. Il y avait de la magie dans ces boîtes parlantes... “la voix de son maître” devenait un gourou avant l'heure. Parmi les premiers messages qui sortirent de cette boîte magique, il y eut le message humoristique, car avant d'être un lieu d'information la radio fut un lieu de divertissement.

Et même à travers le comique et l'humour (des genres décriés par les littéraires dits sérieux) de nouveaux thèmes étaient mis en circulation, de nouvelles idées entraient dans nos maisons:

“Avec la radio, le rire individuel est devenu un point de ralliement, un carrefour des idéologies, lorsqu'on s'est aperçu que les objets du rire de chacun devenaient ceux de tous. Le domaine humoristique, comme d'autres domaines radiophoniques d'ailleurs, concourait à former une conscience collective, en

intégrant dans ce mouvement non seulement les intellectuels mais aussi les masses populaires”¹.

Mais ce message humoristique, quel est-il, quelles sont ses caractéristiques et en quoi est-il différent des autres types de messages radiodiffusés? C’est ce que nous allons tenter de cerner dans le présent chapitre.

1.1 Quel est-il?

L’auteur Pierre Pagé nous apprend dans son livre “Le comique et l’humour à la radio québécoise” que le corpus humoristique de la radio québécoise des années 1930 à 1970 compte 66,000 pages inédites de texte. Les émissions qui ont principalement marqué cette époque sont “Quelles nouvelles” de Jovette Bernier, “Nazaire et Barnabée” d’Ovila Légaré, du même auteur “Zézette”, “Les joyeux troubadours” et “Chez Miville”. Pour actualiser ce corpus humoristique, il faudrait y ajouter quelques milliers de pages pour les textes du “Festival de l’humour québécois” et du “Nouveau festival de l’humour” que l’on peut encore entendre à toutes les semaines sur les ondes du réseau Télémedia.

Les genres humoristiques qui sont touchés par les différents auteurs de textes radiophoniques humoristiques sont variés. Il y a la comédie de type théâtral où l’on retrouve une série de pièces en un acte. Il y a tout le domaine du feuilleton où dans le secteur humoristique, Ovila Légaré laissa la trace la plus marquante. Il y a, bien entendu, le sketch qui, soit sous la forme de l’histoire à deux ou plusieurs personnages vivant une situation, soit sous la forme de l’interview représente le genre humoristique le plus utilisé; qu’on pense aux “Fridolinades”, à “Chez Miville” ou au “Festival de l’humour”. Un autre genre utilisé a été (et est) le monologue qui inclut la chanson humoristique.

Quant aux thèmes développés à travers le message humoristique radiodiffusé, voici la classification qu’en fait Pagé:

“Dans l’ensemble de l’anthologie toutefois, nous retrouvons surtout des oeuvres qui, au cours des années, font vivre une thématique québécoise. À la lecture, nous voyons émerger comme des constantes plusieurs sujets typiques: les institutions politiques, les hommes publics, les idéologies courantes, les situations sociales, l’histoire, le folklore, les moeurs régionales, la culture, la littérature et la langue parlée au Québec. Les textes qui évoquent les moeurs urbaines ou rurales décrivent en même temps d’autres thématiques

1. Pierre, PAGÉ, *Le comique et l’humour à la radio québécoise*, éd. La Presse, Montréal, 1976, p. 15.

secondaires, souvent d'un ordre plus général, mais vues concrètement sous l'angle du vécu québécois. Il s'agit principalement de tous les sujets touchant la vie du couple, la condition de la femme, les métiers, la vie familiale et l'éducation"².

Il est intéressant de noter que ces thèmes sont encore fréquemment utilisés aujourd'hui. Ce n'est bien souvent que la façon de traiter lesdits thèmes qui a changé.

1.2 Caractéristiques du message

Les caractéristiques propres au message humoristique en font un message fort différent des autres, un message qui souvent ne vise pas à dire la vérité mais qui génère sa propre vérité; c'est aussi un message où la fiction permet quelquefois d'étaler des vérités que le journaliste ou l'homme politique ne pourrait étaler aussi directement:

"Avec le sketch, la radio se rattache, non pas à la tradition de la grande comédie qui tente d'instruire sur la condition humaine, mais à la tradition non moins universelle du divertissement pur et simple et à la fonction comique ou ludique en général. Le sketch énonce, en quelques répliques, un trait de moeurs ou de caractère, et suscite le rire immédiat en développant son thème l'espace d'une scène. Pourtant, le comique n'est jamais aussi anodin qu'il veut bien le laisser paraître, et surtout, la succession de très nombreux sketches à la radio a fini par créer une trame qui indique pour une période donnée les objets risibles d'une société"³.

Les sketches, surtout ceux sous forme d'interview, s'éloignent des formes habituelles de la comédie théâtrale pour développer un style typique à la radio. C'est ce qui fait écrire à Pagé quand il parle des personnages de ce genre de sketches: "Ils font une certaine jonction entre la radio médium d'information et la radio lieu de divertissement"⁴.

Dans le cadre de ce message, l'auditeur est averti: on veut d'abord le faire rire. Le rire pourra être gratuit, approbateur, complice, jaune ou grinçant, c'est le rire qui sera essentiel. S'il n'y a pas de rire (ou de sourire) le message humoristique aura été mal livré ou il n'y en aura pas. Qu'il y ait un message sérieux, une vérité ou une idée nouvelle derrière le rire n'est qu'accessoire, et ce même si c'est l'accessoire qui a servi à créer un message humoristique donné:

"Ce ne seront que des voix, tout au plus des stéréotypes, qui viennent formuler des observations sur la société. Quelquefois, les deux interlocuteurs porteront

2. *Id.*, 41.

3. *Id.*, 19-20.

4. *Id.*, 21.

des noms, mais là s'arrêtera la personnalisation, et le texte tirera sa valeur comique des mots, des calembours, des blagues, en somme du texte lui-même qui se donne en spectacle, au lieu d'être un moyen qui véhicule des personnages.

Ces dialogues humoristiques permettent à certains auteurs de faire passer à la radio des textes étonnants, qui alignent avec audace des propos hétérogènes mais qui visent à faire apparaître le disparate latent du monde réel et à briser l'harmonie des apparences pour faire émerger l'incohérence troublante des profondeurs"⁵.

1.3 En quoi le message humoristique se différencie-t-il des autres messages radiodiffusés?

Déjà en abordant les caractéristiques propres au message humoristique (un message qui ne cherche pas à dire la vérité et qui veut d'abord faire rire) nous touchions à des différences avec les autres messages.

Ces différences sont celles entre la réalité et la fiction, entre la vie dans son aspect quotidien et le jeu, entre le rôle du roi et celui de son fou:

"La force comique ou humoristique provient donc d'une rencontre entre un texte, construit comme un stimulus, qui se réfère aux valeurs d'une société, et un lecteur disposé à rire, qui porte en lui son propre système de conventions sociales intériorisées. Le texte propose une dérogation au système, exempte de sanction, et doit susciter le plaisir de cette victoire de la liberté mentale contre l'organisation rationnelle des usages ou des valeurs"⁶.

C'est une désobéissance civile autorisée et il faudra qu'il en soit ainsi pour que le message soit vraiment humoristique. C'est pourquoi certains vieux gags ne font plus rire aujourd'hui, l'évolution de la société leur ayant fait perdre leur caractère de désobéissance.

Donc contrairement aux autres types de message, le message humoristique n'a pas à être vrai (ex: l'information) ou à faire vrai (ex: émission dramatique). Et quand le message humoristique joue avec la vérité, il n'a pas à être objectif (ex: émission d'affaires publiques). Quand le message humoristique est de ce type, il s'apparente de près à la caricature:

"À l'insu du récepteur, comme un jeu, la caricature livre, par l'humour, une information. Subtilement, l'humour distille une accusation, la subversion, l'attentat à la pudeur: tabous sociaux ou hommes politiques lui servent de

5. *Id.* 21-22.

6. *Id.*, 39.

cible. Un dessin attire, à coup sûr, l'attention plus que le texte écrit. La caricature ne cherche pas nécessairement à être objective"⁷.

La vérité et l'objectivité sont donc les principaux lieux de différence entre le message humoristique et les autres messages radiodiffusés.

Le message étant cerné, voyons donc comment il sera influencé ou non par les différents arguments propres au monde des communications radiodiffusées.

2. LES ARGUMENTS

Presque tous les arguments propres à la communication radiophonique ont un impact certain sur le message humoristique. Toutefois, autant il nous semble primordial que le message humoristique soit protégé par la liberté d'expression, autant on peut difficilement utiliser le droit à l'information pour protéger, voire même justifier le message humoristique.

2.1 La liberté d'expression

Le message humoristique a été au Québec un véhicule important quant à la circulation des idées:

"...si l'on intègre dans une observation globale tout le corpus radiophonique, auquel il faudra ajouter ultérieurement celui de la télévision, on est forcé de conclure qu'à toutes les époques de sa vie culturelle récente, le peuple québécois a exprimé par le sourire et le rire plusieurs nuances importantes de ses idéologies. Que se soit l'humour sage et lent de la civilisation rurale, ou le comique plus mordant et plus politique de la période urbaine, il est certain que des auteurs nombreux ont assumé cette respiration collective que constitue le rire"⁸.

Vu cette importance, il est primordial que la liberté d'expression y soit reconnue et soit protégée le mieux possible.

Il ne faut pas que les auteurs de messages humoristiques soient à la merci des pouvoirs politiques comme ce fut le cas de certains caricaturistes du XIX^{ème} siècle:

"Au début du XIX^e siècle, le journal 'Le Canadien' répond aux invectives des Anglais publiées dans 'Le Mercury'. La caricature s'attaque essentiellement à ceux qui détiennent le pouvoir: Jean-Baptiste Côté, dans 'La Scie' (1865) de Québec, écorche des politiciens, dont Hector Langevin. Ses gravures sur bois

7. T. TÉTREAU et R. CLOUTIER, *La Caricature*, Antennes #9-10, 1979, p. 5.

8. P. PAGÉ, *op. cit.*, note 1, 23.

n'ont pas l'heur de plaire aux notables qui l'envoient faire quelques séjours en prison pour 'manque de respect envers l'autorité'. En France, Daumier avait subi le même sort pour avoir osé publier des caricatures caustiques dans 'Le Charivari' (1834) de Philippon"⁹.

Il ne faut pas non plus que leur liberté d'expression soit calquée sur ces mêmes pouvoirs politiques et limitée par eux: c'est ce qui faisait écrire à Gérard Pelletier en préface d'un ouvrage sur la caricature préparé par Normand Hudon:

"C'est pourquoi la caricature, comme le journalisme authentique dont elle est inséparable, ne fleurit que dans les pays de liberté.

Ne cherchez pas de grands caricaturistes dans la misérable presse de l'Allemagne hitlérienne, dans les journaux de l'Espagne franquiste ou de l'URSS stalinienne. On y trouve des dessinateurs de talent, capables, sous les ordres du maître, de composer des charges, presque toujours odieuses ou grossières, contre tel homme ou tel groupe. Mais l'esprit n'y est pas. Le caricaturiste enchaîné n'est pas un caricaturiste.

En revanche, dès que le tyran vieillit, aussitôt que son régime commence à perdre pied, la gouaille refleurit. Vers la fin du Second Empire, en France, quand Napoléon III dut se mettre à teindre ses moustaches, les caricaturistes reparurent, pleins de verve"¹⁰.

S'il n'y a pas lieu que la liberté d'expression du créateur du message humoristique soit limitée par les pouvoirs politiques, il n'y a pas lieu qu'elle soit limitée non plus par la liberté de presse quand cette liberté est associée aux droits de propriété des entreprises de presse, c'est au chapitre sur les techniques de réglementation que nous reviendrons sur ce point.

Cette non-censure et la liberté d'expression qui s'y rattache font partie du droit moral de l'auteur qui tient à la fois du droit de créer et du droit à ce que son oeuvre soit respectée dans son intégrité.

Mais jusqu'où la liberté d'expression doit-elle s'étendre? Dans un commentaire intitulé "Blasphemy and Obscenity", l'auteur anglais C.L. Ten pose fort bien le problème:

"If we regard blasphemous and obscene remarks as expressions of opinion, then they must come under the protection normally accorded to freedom of speech. In the absence of any clear harm, it would be wrong to prohibit them.

The case against using the law to suppress blasphemy is particularly clear. In its essence blasphemy involves the expression of an opinion that others find outrageous, shocking or offensive because it treats, or is regarded as treating,

9. P. PAGE, *op. cit.*, note 7, 7.

10. Normand HUDON, *La caricature*, Montréal, Lidec, 1967, collection du CEP, no 6, p. 8.

disrespectfully or contemptuously what others regard as sacred. In the end there is no particular reason why blasphemy should be confined to remarks about religious matters. Certainly a staunchly religious man is likely to be offended by certain remarks directed at, or ridiculing, his religion. But what a person finds shocking depends on what he deeply cherishes, and religion is not the only subject about which people feel strongly. Indeed a recent commentator suggests:

Religion and sexuality have lost much of their old power to shock. But the capacity for being shocked has not evaporated; it has simply attached itself, for an energetic minority at any rate, to a new subject-matter.

According to him this new subject-matter is race relations, and he refers in particular to Mr. Enoch Powell's views on coloured immigrants. One is tempted to agree with him until one remembers the persistent censorship of obscene and pornographic books, and the recent prosecution of *Gay News* and its editor for blasphemous libel.² The truth is that religion and sexuality have lost their power to shock as far as many liberals and radicals are concerned, but there is still a sizeable group for whom religious and sexual matters are still the sources of deep offence¹¹.

Et si beaucoup de gens s'entendent à vouloir bannir du domaine protégé de la liberté d'expression, le discours blasphématoire ou obscène (qui peut se retrouver dans le message humoristique), c'est qu'on veut respecter l'opinion d'une majorité de Chrétiens. Mais comme le fait remarquer Ten, pourquoi ne pas bannir ce qui pourrait être offensant pour un communiste, un fasciste, un conservateur, un raciste, un puritain...? Les balises posées par la responsabilité possible de l'auteur suite à un dommage réel semblent limiter moins la liberté d'expression que des textes de lois prohibitives pourraient le faire.

Ultimement, la liberté d'expression de l'auteur, et par là, du radiodiffuseur ne devrait être limitée que par le droit pour l'auditeur de ne pas subir de préjudice. Mais écrire ceci c'est un peu ouvrir la boîte de Pandore car il n'y aura jamais de tracé clair entre la limite de la liberté d'expression et le début du préjudice. En autant que tout en nous faisant rire, les humoristes remettent en cause nos intentions, nos moeurs, nos habitudes et nos préjugés, la liberté d'expression la plus large possible doit leur être garantie. Il y va du moral et de la morale d'une société.

11. C.L. TEN, "Blasphemy and Obscenity" (1978) 5 *British Journal of Law and Society* 89.

2.2 Le droit à l'information

Dépendant de l'étendue qu'on donne à l'argument du droit à l'information, il s'agira là d'un élément qui affectera ou n'affectera pas le message humoristique. Toutefois, l'article 44 de la *Charte des droits et libertés de la personne* tendant à donner au droit à l'information un sens de droit à l'information journalistique, d'un droit à la nouvelle, enfin d'un droit à savoir ce qui se passe, ce concept du droit à l'information nous semble peu utile quand nous pensons au message humoristique.

Le droit de recevoir ce type de message ou même l'intérêt à recevoir ce message peuvent être remis en question et ce n'est pas en vertu du droit à l'information que nous pourrions revendiquer une protection du message humoristique.

D'ailleurs là où le message humoristique est critiqué ou réglementé, c'est le plus souvent quand il passe à travers une émission d'information ou d'affaires publiques, ce sur quoi nous reviendrons.

2.3 Le droit à la communication

L'argument touchant au droit à la communication est peut-être le plus jeune des arguments du monde des communications. Ses tenants et ses aboutissants nous semblent encore incertains... à préciser.

C'est un peu le droit de parole à tous que l'on veut instaurer, on veut rendre les communications multidirectionnelles. Mais cet argument nous semble encore tout idéologique, il semble se situer pour l'instant au niveau de quelques penseurs aux idées internationalistes ou mondialistes. Cet argument ne semble pas être présent dans le message politique, ce qui fait que son situs dans une échelle de juridicité ne serait pas trop élevé.

La composante de ce droit qui touche "le droit à la culture, le droit de choisir, le droit à la vie privée et autres droits relatifs à la vie des individus" est la composante du droit à la communication qui pourrait rationaliser le message humoristique.

2.4 La rareté des fréquences

Comme les juges l'ont écrit dans l'arrêt *Red Lion Broadcasting Co. v. F.C.C.*¹², tant et aussi longtemps que la demande de permis de radiodiffuseur ou de télédiffuseur excède le nombre de fréquences disponibles, il est illusoire d'accorder une protection quant au droit

12. (1969) 395 U.S. 367.

de diffuser aussi grande que celle qui est accordée au droit de parole, au droit d'écrire ou de publier.

Vu sous cet angle, on pourrait refuser un permis de radiodiffuseur à un demandeur qui ne voudrait présenter que des émissions humoristiques sur sa fréquence. Donc, il pourrait y avoir un lien entre la rareté des fréquences et le message humoristique. De même on pourrait utiliser la rareté des fréquences et le fait qu'elles soient du domaine public pour retirer un permis de radiodiffuseur à un détenteur qui ferait un usage abusif du message humoristique au détriment de l'information sérieuse et des émissions d'affaires publiques.

Toutefois, nous croyons cet argument en décroissance de popularité et de fondement. Sur ce point, nous faisons nôtres les arguments avancés par Me Anne C. Evans dans un article qu'elle écrivait en 1979:

"By means of satellites, cable, and UHF development, the broadcasting industry holds the tools for rebutting governmental regulation based upon a scarcity of frequencies. The resultant media capacities would also moot the fiduciary, public domain, affirmative duty, and collective rights theories of regulation. With supply of outlets able to satisfy demand, a society committed to fostering diversity of ideas would be unconcerned with the private use of the publicly owned airways. Furthermore, the broadcaster would neither find his rights subordinated to the 'collective rights' of the public nor be forced into the role of public proxy. With infinite, or near infinite, communication sources, the government would not be compelled to 'unclog' lines of communication because alternative channels would always exist"¹³.

Aussi, face au message humoristique, même si dans les premières années de la radio il y eut beaucoup d'heures d'antenne de ce type de message, comme il y avait peu d'émissions d'information ou d'affaires publiques à caser, il n'y eut pas de réel problème de rareté de fréquences. Quant à aujourd'hui, même s'il y a plus d'information à véhiculer, les conflits face à une éventuelle rareté des fréquences ont bien peu de chance d'éclater, cette même rareté n'étant plus celle qu'elle était. Qu'on pense à certaines stations-radio qui ne diffusent que via le câble.

2.5 La protection des récepteurs

Aux États-Unis le discours obscène et le discours violent sont hors du champ de protection du premier amendement. L'arrêt

13. Anne C. EVANS, "An Examination of the Theories Justifying Content Regulation of the Electronic Media", (1979) 30 *Syracuse L.R.* 871, 878-879.

*Pacifica Foundation v. F.C.C.*¹⁴ élabore sur le discours obscène alors que l'affaire *Chaplinsky v. New Hampshire*¹⁵ traite des "fighting words".

La liberté d'expression et la liberté de presse sont donc limitées dans certains cas par cet autre argument qui est la protection des récepteurs. Dans *Pacifica*, la protection des enfants et la présence pénétrante de la radio sont invoquées pour attaquer la diffusion d'une émission où un poète utilisait des "filthy words". La majorité de la Cour suprême des États-Unis se réfère à des notions de droit à la vie privée, d'audience captive, au droit d'être laissé seul et à la protection et à l'inviolabilité de la demeure pour maintenir la position de la F.C.C.

Ces considérations touchant le message humoristique radiodiffusé, Pierre Pagé en fait état dans son livre quand il écrit:

"Ces observations conduisent à une première série de remarques sur les thèmes qui, pour des raisons sociales, ont été interdits aux auteurs radiophoniques. Ces tabous, qui n'étaient pas particuliers au milieu québécois, tenaient principalement au fait que le médium radiophonique pénètre dans tous les foyers et s'adresse à l'ensemble de la population, sauf à certaines heures marginales, qui sont par définition les moins intéressantes pour une littérature de masse. En vertu des usages reçus et des valeurs de la société québécoise à cette époque, certaines catégories de sujets ne pouvaient passer sur les ondes"¹⁶.

Et s'ensuit une nomenclature où l'on retrouve au premier rang des interdits le domaine de la sexualité, ensuite le territoire de la vulgarité. Étaient bannis des ondes également, l'humour noir, le sadisme, l'humour à connotation de violence, le sarcasme, l'humour méchant et certains points du domaine politique. Il est à remarquer que les trois dernières formes de message humoristique ont accès plus facilement à nos ondes aujourd'hui, vu l'évolution (certains diraient la dégénérescence) des moeurs de notre société. Par contre les tabous touchant la sexualité, s'ils n'existent plus (ou si peu) au théâtre, au cinéma ou au cabaret, existent encore à la radio. À preuve, les auteurs de textes pour le "Festival de l'humour" ne peuvent toucher à la sexualité que par un vocabulaire dont ce n'est pas le sens premier, donc en exploitant le double sens.

Quant aux "fighting words", ceux que les tribunaux américains ont définis comme étant des mots qui font peur et qui cherchent à

14. (1978) 438 U.S. 726.

15. (1942) 315 U.S. 568.

16. P. PAGÉ, *op. cit.*, note 1, 24.

provoquer, encore là, le message humoristique n'est pas à l'abri d'accusations y faisant référence. C'est ainsi que suite à la récente découverte de deux bombes à Montréal, le Ministre de l'Éducation, M. Camille Laurin, s'en prenait à certains caricaturistes de la presse anglophone:

"Je note aussi, a précisé le ministre, le caractère extrêmement violent de certaines caricatures qui apparaissent dans les journaux anglophones, qui pour moi sont marquées au coin de la haine et qui incitent probablement ceux qui les voient à des débordements passionnels"¹⁷.

Cette charge, bien que n'ayant pas été très prise au sérieux par les chroniqueurs de la presse, démontre quand même jusqu'à quel point on pourrait pousser la notion de protection des récepteurs et jusqu'à quel point également cet argument charrie avec lui les valeurs de la classe dominante (ex: commentaires du juge Brennan dans *Pacifica*).

2.6 Protection de la culture nationale

Il s'agit d'un argument lié à la notion d'utilité publique de la radiodiffusion. Compte tenu qu'il s'agit ici d'encourager sinon de contraindre le communicateur à inclure un contenu canadien minimum, qu'il s'agit d'une préoccupation colportée depuis des dizaines d'années par le C.R.T.C. et ses prédécesseurs, voyons ce qu'il en retourne face au message humoristique radiodiffusé.

Il faut d'abord dire que de tout temps il s'est agi d'un problème exclusif à la télévision et jusqu'à un certain point à la télévision anglophone au Canada. Car à la radio francophone, tant qu'à payer des droits d'auteurs et un traducteur, aussi bien engager un auteur d'autant plus que le support "image" n'existant pas à la radio, l'opération devient futile. D'autant plus futile que le message humoristique est souvent lié à une réalité culturelle qui supporte mal la traduction; qu'on pense en matière de message humoristique télédiffusé à la pénible traduction de la série "Three's Company".

En fait le message humoristique peut constituer en lui-même un élément de protection de la culture nationale du moins de la culture franco-canadienne ou québécoise (oups! attention au débat politico-culturel). En effet, depuis les débuts de la radio, la langue et le langage ont constitué le fondement de bien des messages humoristiques:

"Il en ressort forcément un effet de relief qui attire l'attention, non plus sur les seuls contenus de l'action dramatique, mais aussi sur le langage lui-même qui

17. *La Tribune*, 25 novembre 1982, p. A-8.

devient comme tel l'objet du texte. Les auteurs provoquent ainsi chez les auditeurs une prise de conscience du code linguistique en soi et en tirent généralement une parodie de certains usages aberrants ou une satire des moeurs linguistiques canadiennes.

Par leurs procédés littéraires, ces textes relèvent généralement de la caricature et tendent à faire le procès de la langue parlée par des groupes restreints ou par certaines personnes au Québec. Quelques auteurs sont allés très loin en ce sens et ont illustré par l'absurde la situation néfaste du bilinguisme obligatoire que subit la population¹⁸.

2.7 Lutte à la discrimination

L'argument développé autour de la lutte à la discrimination est probablement l'argument avec lequel les auteurs de message humoristique ont eu, ont et auront le plus de fil à retordre. En fait, de l'ensemble des plaintes portées devant le Conseil de Presse du Québec touchant à l'humour, la majorité faisait état de discrimination. D'ailleurs nous aurons l'occasion d'élaborer sur ces plaintes quand nous aborderons l'auto-réglementation.

Là où le message humoristique a surtout prêté flanc à des attaques pour discrimination, c'est principalement dans des situations où il y a eu mélange des genres, c'est-à-dire dans des situations où le message humoristique a été introduit dans une émission d'information ou encore d'affaires publiques.

Mais une certaine forme d'humour, même sans mélange des genres, jouera toujours sur la corde raide. C'est l'humour qui s'apparente à la caricature. L'humour qui prend un trait, un défaut et le grossit, l'exagère. Ce type d'humour se nourrit bien souvent de stéréotypes et la lutte à la discrimination combat l'utilisation des stéréotypes. Dans certains cas, il faudra donc que l'auditeur ait le sens de l'humour pour ne pas percevoir de la discrimination là où l'on rit.

Quant à l'auteur du message humoristique, il devra être conscient que l'argument de la lutte à la discrimination peut être une limite à sa liberté d'expression.

3. LES TECHNIQUES DE RÉGLEMENTATION

Si "on entend par 'techniques de réglementation', les moyens par lesquels le système juridique fait passer dans le champ des droits et

18. P. PAGÉ, *op. cit.*, note 1, 31.

obligations les rationalités (arguments)...”¹⁹, il y a lieu de se demander à ce point-ci de notre étude: quels arguments touchant au message humoristique sont passés dans le champ des droits et obligations et avec quel degré de juridicité?

Mais avant, un mot sur les modèles de réglementation des médias:

“Parce qu’elle implique des valeurs aussi fondamentales que la liberté d’expression, la moralité publique, la nécessité d’offrir au public une information fiable et honnête, la réglementation des médias a de tout temps fait l’objet de débats passionnés”²⁰.

Des deux courants de pensée qu’on reconnaît en Occident, il y aurait beaucoup à dire, un seul de ces courants pouvant justifier des pages et des pages d’argumentations et de réflexions. Contentons-nous de mentionner les points suivants.

L’approche libérale classique est l’école de la déréglementation, de l’entrepreneurship et de l’entreprise privée. C’est l’approche de l’auto-réglementation et du libre jeu des forces du marché. C’est l’approche de Me Anne C. Evans à travers l’article qu’elle publiait en 1979 dans la “Syracuse Law Review”. C’est l’approche qui se sert de la liberté d’expression comme fer de lance et qui ultimement pourrait camoufler derrière cette liberté d’expression bien des abus. Enfin, c’est une approche qui, à cause de ses connotations de liberté est pleine de charme...mais de la liberté et de la liberté d’expression de qui? Voilà la question.

L’autre approche est celle qui voudrait que l’information accède au rang de service public. C’est l’école de la réglementation et de la présence étatique. À travers cette école on se méfie du libre jeu du marché et idéalement on voudrait donner une voix égale à tous. C’est en fait l’approche qui, tout en risquant d’affecter le plus la liberté d’expression, est celle qui donnerait droit de cité à l’ensemble des autres arguments du monde de la communication. C’est une approche qui semble empreinte de justice malgré les embûches constitutionnelles ou autres sur le chemin de sa réalisation. Toutefois il y aurait lieu de surveiller de près une telle orientation car il n’y a pas si loin entre l’idyllique village démocratique de Voltaire et la grisaille du “1984” de George Orwell.

19. Pierre TRUDEL, *Guide pour l’élaboration du plan de travail*, document du cours DRT 6651, Université de Montréal, 1982-83, p. 3.

20. Pierre TRUDEL, *Droit des communications: jurisprudence, notes et documents*, Montréal, La Librairie de l’Université de Montréal, 1982, p. 203.

3.1 Les interdictions

Les interdictions, qu'elles soient absolues ou circonstanciées, sans égard au contenu ou fondées sur le contenu doivent, pour être de réelles interdictions, relever d'un texte clair provenant d'une loi ou d'un règlement de façon à pouvoir être sanctionnées par les tribunaux. Le C.R.T.C. étant un organisme de régulation qui exerce un contrôle sur un média comme la radio, les conditions de licence et les circulaires émises par cet organisme peuvent constituer des quasi-règlements dont la valeur à titre d'interdits est presque aussi probante que celle d'un texte de loi ou de règlement.

Si la liberté d'expression, pour protéger le message humoristique, peut prendre assises sur la *Loi constitutionnelle de 1982* (étant donné que nous sommes dans un champ de compétence fédérale), il n'en reste pas moins que par des textes de loi on peut faire des entorses sérieuses à l'utilisation de cet argument sous réserve du caractère raisonnable desdits textes dans le cadre d'une société libre et démocratique.

La *Loi sur la radiodiffusion* et les règlements y attachés sont, à n'en pas douter, empreints de ce caractère raisonnable. C'est donc dire que les interdits qu'on y retrouve viennent en toute légalité modifier l'argument de la liberté d'expression, pour éventuellement faire ressortir d'autres arguments.

L'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* consacre le droit à la liberté d'expression (parag. c) mais l'encadre par la loi et les règlements et par la responsabilité du diffuseur. On y consacre également le droit de l'auditeur à recevoir des messages. Il vient ensuite créer l'obligation d'une programmation variée et compréhensive (parag. d) et fixer le mandat de Radio-Canada (parag. g). Pour établir ces derniers points, il a fallu, quant à nous, se revendiquer de trois arguments à savoir: la rareté des fréquences, la protection des récepteurs et la protection de la culture nationale.

Si la loi établit l'étendue possible des droits, c'est la réglementation qui vient poser en clair les interdictions. Pour ce qui est du message humoristique, disons d'abord que tant le règlement sur la radiodiffusion M.A. que celui sur la radiodiffusion M.F. répertorie ce type de message. Dans la catégorisation faite par ces deux règlements, le message humoristique fait partie de la catégorie 5 "Créations orales, autres" et de la sous-catégorie 54 "Sketches humoristiques ou autres". Malheureusement, les plaintes logées au C.R.T.C. ne sont pas répertoriées selon cette catégorisation.

Pour le message humoristique, c'est l'article 5 (1) (a) à (f) du règlement M.A. (6 (1) pour M.F.) qui énonce les interdits susceptibles d'en limiter la liberté d'expression:

- "5. (1) Il est interdit à une station ou à un exploitant de réseau de diffuser
- a) toute chose contraire à la loi;
 - b) tous propos offensants contre toute race ou religion;
 - c) tout langage obscène, indécent ou blasphématoire;
 - d) toute nouvelle fausse ou trompeuse;
 - e) tout ce qui touche à la limitation des naissances, à moins que la présentation de ces sujets ne soit convenable à la radiodiffusion;
 - f) tout ce qui touche aux maladies vénériennes, à moins que la présentation de ces sujets ne soit convenable à la radiodiffusion".

Ces interdits font appel au droit à l'information (5 (1) a et d), au droit à la communication (5 (1) d), à la protection des récepteurs (5 (1) c, e et f) et à la lutte à la discrimination (5 (1) b).

Les plaintes en application de ces articles par le canal du message humoristique semblent relativement rares aux dires des gens du C.R.T.C. Le seul cas retrouvé qui colle à notre sujet est une plainte qui a été portée en juin 1982 contre la station C.F.T.R. Un animateur de cette station radiophonique ontarienne avait lancé la blague suivante: "Atari has a new videogame for third world nations — PAKIMAN". Cette blague était en contravention avec le règlement 5 (1) (b) de la radiodiffusion. En l'occurrence, le secrétaire général du C.R.T.C. émit le commentaire suivant:

"In this instance the social context, of which even the least sensitive must be aware, is one in which persons of East Indian origin are the object of widespread racist prejudice, often manifested by overt acts of discrimination and even physical violence. The mere repetition of the label 'PAKI' in the manner used by Mr. Landecker generates a callousness which tends to legitimize, and thus indirectly to sustain or promote, the current conditions of racial hatred"²¹.

Dans un secteur autre que celui de la radio, à savoir la presse écrite, une affaire impliquant le journal underground Logos a eu des rebondissements jusqu'en Cour d'appel. Dans cette affaire, Logos avait fait paraître un pastiche de La Gazette où l'on annonçait que Jean Drapeau avait été attaqué par un hippie et tué au moyen d'une seringue hypodermique. La poursuite en était une en vertu de l'article 166 du Code criminel qui traite de la fausse nouvelle. Il est à noter

21. Lettre du secrétaire général du C.R.T.C. au gérant général de C.F.T.R. radio.

que le libellé de cet article ressemble à l'interdiction énoncée à l'article 5(1) (d) de la réglementation M.A. Le juge Hyde de la Cour d'appel écrivait dans sa décision cassant l'accusation:

"I agree with Mr. Walker that 'it was a joke but only a small joke' and I trust that those responsible for its perpetration have learned a lesson. I do not propose to define the limits to which such pranks may go but it must be clear that they came very close to the border on this occasion"²².

Cette dernière affaire nous démontre, qu'en plus des interdictions créées par la loi et les règlements sur la radiodiffusion, d'autres interdictions peuvent exister et s'appliquer au message humoristique, en l'occurrence l'ensemble des interdictions ressortissant du Code criminel et des lois et règlements à incidence pénale.

Donc même s'il y a eu peu de plaintes, les interdictions existent face au message humoristique. Toutefois cette technique de réglementation est contestée par plusieurs (en fait, les tenants de l'approche libérale classique) dont le juge Bazelon, célèbre dans les milieux américains du droit des communications; pour lui la technique des interdictions devrait s'attaquer aux structures de l'industrie plutôt qu'au contenu des émissions:

"Despite Judge Bazelon's repeated concerns for protecting First Amendment rights in broadcasting, he has not ignored the balance that must be struck in order to preserve and enhance the wide-open exchange of ideas that the First Amendment mandates. But in doing so, he has advocated the implementation of structural regulation - across-the-board rules that limit media concentration, for example - as the best approach for government to promote First Amendment values without intruding upon programming decisions. The content-neutral structural model stands in sharp contrast to the behavioral regulation that the FCC has imposed in its oversight of program content"²³.

Il est certain que cette approche n'est pas partagée par ceux qui voudraient qu'on applique aux médias la notion de service public. La prédominance d'une école ou de l'autre sera déterminante quant à la vocation future du C.R.T.C. Cependant nous devons reconnaître que l'intérêt politique n'est pas là pour le moment de sorte que nous sommes dans un contexte où il n'y a pas lieu de prévoir une augmentation ou une diminution des interdictions dans un avenir prochain.

3.2 Les droits extra-patrimoniaux

Le titre de cette section mérite une mise au point. Malgré le fait que le champ des droits de la personnalité se situe principalement

22. *R. v. KIRBY*, (1971) 1 C.C.C. (2d) 290.

23. S.N. BROTMAN, "Judge David Bazelon: Making the First Amendment Work", 33 *Federal Communications L.J.* 50.

dans le domaine des droits extra-patrimoniaux, il est des droits de la personnalité qui relèvent des droits patrimoniaux, exemple, le droit d'auteur. Toutefois quand à travers le droit d'auteur, on en vient à parler du droit moral de l'auteur, on est là à cheval sur un droit patrimonial (le droit de tirer profit de sa création artistique) et sur un droit extra-patrimonial (le droit à l'intégrité de la création artistique en tant que partie du droit à l'honneur et du droit au respect des aspects sociaux (ou culturels) de sa personnalité).

* * *

La réglementation, aux contours flous il faut bien l'avouer, développée à partir des droits extra-patrimoniaux, a été développée à partir de trois des arguments propres au monde des communications: la liberté d'expression, le droit à l'information et le droit à la communication. Comme ces trois arguments peuvent avoir en commun sous certains de leurs aspects "le droit du public de connaître", la jurisprudence a posé des limites à ce droit en lui opposant l'intérêt qu'un individu peut avoir à ce que les autres ne connaissent pas. On a donc créé autour de la personne un environnement protégé à l'intérieur des limites duquel l'intérêt privé prime l'intérêt public.

Plusieurs auteurs québécois ont écrit sur la protection de la vie privée et quelquefois sur la responsabilité des médias d'information. Qu'il suffise de faire référence ici à Edith Deleury, Jean-Louis Baudouin, Jean M. Cotteret, Claude Emeri et Patrick Glenn²⁴. Dans l'ensemble les auteurs départagent le droit à l'honneur et la diffamation du droit à la vie privée, lequel se subdivise en plus ou moins de thèmes dépendant des auteurs. Il y a peu de jurisprudence en la matière du côté du droit québécois si l'on s'attache aux messages radiodiffusés et aucune si l'on cherche du côté du message humoristique même non radiodiffusé.

Force nous est donc de constater qu'en droit québécois, aucun argument n'a été transféré dans le champ des droits par le biais des droits extra-patrimoniaux en regard du message humoristique. Est-ce parce que les Québécois ont le sens de l'humour, parce qu'il ne se fait pas d'humour au Québec ou parce que les Québécois utilisent d'autres techniques de réglementation? Nous répondons non à la deuxième question et oui à la première et à la troisième.

24. On retrouve les articles de ces auteurs dans les revues suivantes: (1972) 13 *C. de D.* 529; (1973) 8 *R.J.T.* 200; (1974) 5 *R.G.D.* 24; (1979) 39 *R. du B.* 849; (1979-80) 14 *R.J.T.* 335.

Avant d'examiner d'autres techniques de réglementation nous allons cependant aborder les cinq points suivants: quels sont les éléments à tirer de la doctrine et de la jurisprudence québécoises face au message humoristique, quel est le droit supplétif applicable, la doctrine française, quelques observations américaines pertinentes et des éléments de la jurisprudence française.

A. Éléments québécois

Le droit au respect de la vie privée comporte un autre élément, le droit de solitude. De l'affaire *Robbins v. C.B.C.*²⁵ nous pouvons déduire que, même à travers un message humoristique, il est interdit d'identifier une personne et d'inciter les autres à la déranger dans son droit à la solitude. Ainsi les cartes postales que Croc glisse dans ses numéros en incitant ses lecteurs à les poster (ex: à André Ouellet à propos de la MIUF) ne pourraient-elles être dirigées vers un individu qui n'est pas un homme public sans risque de poursuite.

Sur cette variation du droit en fonction du degré d'exposition d'un individu sur la place publique, il convient de citer Cotteret et Emeri et d'élargir la portée de leurs propos à l'ensemble des personnes publiques:

“L'altération de la personnalité de l'homme politique par la caricature est licite tant qu'elle ne rejoint pas la diffamation ou l'injure. À condition également qu'elle s'assimile à une oeuvre artistique et non mercantile et que son support soit un moyen habituel de diffusion de l'information ou de l'oeuvre d'art. Lorsque l'image a trait à un événement manifestement extérieur à l'exercice des fonctions, le droit commun s'applique à l'homme politique”²⁶.

Et même, hors du droit, il y a toute la question de l'intérêt que peut trouver une personnalité publique à être “publicisée”:

“En vérité, on constate que l'immense majorité des hommes publics acceptent l'intrusion de l'information dans leur vie privée lorsque leurs intérêts moraux, financiers ou leur réputation ne risquent pas d'être compromis”²⁷.

Ce qui revient à dire comme La Bruyère: “qu'on en parle en bien, qu'on en parle en mal, d'abord qu'on en parle...” la limite à cela étant la diffamation.

Le droit au respect de la vie privée possède maintenant des assises légales plus fortes depuis l'entrée en vigueur de la *Charte des*

25. (1958) C.S. 152.

26. J.M. COTTERET et C. EMERI, “Vie privée des hommes politiques”, (1979-80) 14 *R.J.T.* 335, 343.

27. *Id.*, 338.

droits et libertés, Charte qui maintenant, au-delà des dommages moraux permet des dommages exemplaires.

B. Le droit supplétif applicable

En matière de diffamation, Jean-Louis Baudouin décrit clairement la situation:

“Le droit civil québécois a souvent subi l’influence de la common law et en matière de diffamation, cette influence n’a pas été particulièrement heureuse. Certaines décisions jurisprudentielles anciennes et heureusement dépassées de nos jours ont eu tendance à appliquer en la matière les solutions jurisprudentielles de la common law, en invoquant le fait que la diffamation relevait du principe de la liberté d’expression, donc du droit public, et qu’à ce titre les autorités doctrinales et jurisprudentielles anglaises devaient primer celles du droit français. La Cour d’appel a critiqué cet emprunt à une source étrangère dont il ne subsiste plus à l’heure actuelle que certaines traces minimes. Les solutions britanniques, souvent fort complexes, cadraient mal avec l’économie générale du droit civil québécois et l’introduction des notions d’... ‘absolute and qualified privileges...’ n’apportait rien de neuf sur le plan des règles de fonds et rien d’intéressant en pratique sur le plan des techniques jurisprudentielles.

En matière de diffamation, la responsabilité reste à base de faute et l’analyse de la situation de fait particulière à chaque espèce est donc de toute première importance. Les moyens d’information de masse sont en général responsables lorsqu’ils laissent diffuser des écrits ou des paroles diffamatoires. Les tribunaux appliquent en la matière le critère traditionnel du ‘bon père de famille’ et de ‘l’homme prudent et diligent’ eu égard aux circonstances. La bonne foi du média d’information n’est pas, à cet égard une défense valable à l’action en responsabilité civile, encore moins une fin de non-recevoir. Ce n’est pas, en effet, parce que la bonne foi du ‘diffuseur’ a été surprise, qu’il n’est pas coupable du dommage résultant de la diffusion de la nouvelle fautive ou diffamatoire. On lui reprochera en général l’absence de précautions suffisantes dans la vérification et le filtrage des nouvelles diffusées”²⁸.

En matière de protection de la vie privée la situation est moins claire. Dans tous les cas où le recours est basé sur l’article 1053 C.C.B.C. le droit supplétif y est le droit français. Par contre, si un recours était basé sur la *Charte des droits et libertés* la situation serait plus ambiguë; dépendant où on fixera la démarcation entre le droit privé et le droit public, le droit supplétif sera le droit français ou la common law. Le praticien qui voudrait s’assurer de ne pas faire les frais d’une dispute d’école sera donc avisé de puiser aux deux sources s’il doit utiliser du droit supplétif.

28. J.L. BAUDOUIN, “La responsabilité des dommages causés par les moyens d’information de masse”, (1973) 8 *R.J.T.* 200, 202-203.

C. La doctrine française

Comme nous l'avons mentionné déjà, vu le peu de doctrine ou de jurisprudence sur le message humoristique radiodiffusé, nous devons faire appel à la littérature sur la caricature à travers la presse écrite. Il est certain que le message humoristique radiodiffusé ne peut porter atteinte au droit d'une personne sur son image étant donné que nous sommes en présence d'un médium dont l'unique véhicule est le son. Toutefois, quand une caricature "écrite" affectera le droit à l'image d'un individu, la caricature verbale, elle, sera susceptible d'affecter son droit à l'honneur ou son droit à la vie privée. En d'autres mots, l'argument utilisé pour justifier un recours sera quelque peu différent mais pas au point où il puisse empêcher la comparaison.

Ainsi à travers la caricature dessinée, Raymond Lindon exprime des idées semblables à celles qu'émettront quelques années plus tard Cotteret et Emeri en droit québécois:

"La plupart des caricatures concernent des personnages de la politique ou du spectacle. Et dans l'état de nos moeurs, il est admis que les victimes n'ont pas à s'en plaindre en justice, sauf éventuellement abus 'intolérable', pour reprendre l'épithète à laquelle, on le verra à propos du problème de la saisie, les Tribunaux ont donné une portée juridique particulière"²⁹.

Quant à Jacques Ravannas il cerne d'assez près les limites qui pourraient être celles de la caricature et par là même, du message humoristique radiodiffusé à toutes les fois que le sujet dudit message est une personne (incluant corporation) identifiable:

"Dans tous les pays dont la politique est inspirée par des principes démocratiques, la liberté de la presse permet aux caricaturistes d'exprimer leur art et de faire rire le public. 'La caricature est l'expression la plus évidente de la satire dans le graphisme, la peinture et même la statuaire'. Tantôt elle s'inspire d'une déformation physique comme métaphore d'une idée politique, religieuse..., tantôt elle cherche, en exagérant les traits d'une personne, à souligner les moeurs d'une époque. Participant toujours d'un certain esprit de dénigrement, elle donne de la personne représentée une image déformée qui n'est généralement pas à son avantage. Elle est donc un mode d'altération de la personnalité du sujet. On se plaît cependant à souligner le rôle social de la caricature: comme toute satire, elle éveille l'esprit critique; elle développe le sens de l'humour; elle permet une appréciation à la fois plus réaliste et plus concrète de la vie politique et sociale, en donnant à la tradition démocratique d'un peuple toute sa saveur; elle a enfin le mérite de présenter l'actualité sous un jour à la fois original et piquant. La caricature est, à ce titre, un des aspects de la liberté de la critique reconnue aux journalistes et écrivains. C'est la raison

29. Raymond, LINDON, *Une création prétorienne: les droits de la personnalité*, Paris, Dalloz, 1974, p. 38.

pour laquelle 'le caricaturiste n'est pas tenu au même souci d'information exacte de respect d'une vérité scientifique que le journaliste'. En effet, 'il a pour tâche normale et attendue du public de faire rire et on ne prend pas pour argent comptant les outrances, les déformations systématiques de la vérité auxquelles il peut procéder. N'étant pas destiné à être pris au sérieux, il peut se permettre l'irrespect, l'approximation, la partialité ou le paradoxe...'

Ainsi, 'comme le fou du roi de jadis, il échappe dans une certaine mesure au droit des simples citoyens' et peut donner des personnes représentées, une image qui ne sera pas tout à fait conforme à la réalité de leur personnage. En d'autres termes, il peut altérer leur personnalité sans encourir, en principe, de poursuites judiciaires. Eu égard aux lois du genre, les Tribunaux reconnaissent à la caricature un caractère licite. Toutefois, le caricaturiste ne doit pas dépasser certaines limites, notamment celle du 'genre satirique'. Les juges sanctionnent une caricature inspirée par un ressentiment personnel de son auteur, par une intention délibérée de nuire à la personne représentée. La caricature des traits d'un individu devient en ce cas illicite"³⁰.

Et il reprend ensuite les propos de Vaunoir, un auteur ayant écrit en 1926:

"Il appartient aux juges 'de s'ériger en censeurs de moeurs littéraires et artistiques, de dire ce qu'on fera supporter impunément à l'épiderme irritable de la génération contemporaine' "³¹.

Cette dernière affirmation faite il y a plus de 50 ans est encore vraie aujourd'hui pour le meilleur et pour le pire; qu'il suffise de se rappeler l'affaire *Corridart*³².

D. Observations américaines

Dans une étude sur le premier amendement et les mass média, le professeur Don Pember donne un éclairage particulier au conflit entre les droits collectifs et les droits individuels qu'on retrouve en matière de droit à la vie privée:

"A newspaper or magazine is free to report on newsworthy events or persons just as long as it does not use extremely bad taste. At that point the plaintiff gains the sympathy of the court, and doctrines and principles are pushed aside in favor of more personal considerations. This unpredictability not only confuses the layman but has given the tort a bad name among legal scholars as well"³³.

30. Jacques, RAVANNAS, *La protection des personnes contre la réalisation et la publication de leur image*, Paris, Librairie générale de Droit, 1978, pp. 106-107.

31. *Id.*, 108.

32. *Ayot c. Ville de Montréal*, (1981) C.S. 446.

33. Don R. PEMBER, *The Law, the Mass Media and the First Amendment*, Seattle and London, Un. of Washington Press, 1972, p. 228.

Après avoir fait un rappel historique des théories de Brandeis et Warren, l'auteur mentionne que l'arrivée de la radio et ensuite de la télévision ont accru la nécessité de développer le droit à la vie privée vu qu'il fallait contre-balancer le "right to know" sous-jacent à la liberté d'expression et à la liberté de presse incluses dans le premier amendement. Il identifie ensuite les recours ouverts contre les médias quand il peut y avoir invasion de la vie privée:

"This condensation reveals that there are three basic kinds of mass media action or conduct that can lead to privacy suits. The first is the use of an individual's name or photograph in an advertisement without his consent. This type of action initiated the development of the law. Second, a suit can result from the publication of private information about an individual, which was the heart of the Warren-Brandeis argument. Finally, the publication of nondefamatory falsehoods about a person represents the newest kind of invasion of privacy and is the most active area of the law today"³⁴.

De ces trois situations, les deux dernières seraient susceptibles de se produire à travers la radiodiffusion d'un message humoristique. Quant à l'auteur il considère que la deuxième situation, à savoir celle ayant été à l'origine de la théorie, est celle qui a été le moins protégée par les tribunaux. Il faudrait donc en déduire qu'en droit américain, le message humoristique radiodiffusé révélant une information privée à propos d'un individu aurait peu de chance d'être réprimé et réprimandé par un tribunal.

Qui plus est, comme le discours politique est de tous les messages celui qui reçoit la plus grande protection via le premier amendement, un message radiodiffusé qui tiendrait de la satire politique serait quasiment inattaquable... de quoi faire rêver un candidat du parti Rhinocéros!

E. Jurisprudence française

Si l'ensemble des décisions que nous allons examiner ici touchent à la liberté d'expression et à la difficulté d'en établir clairement les contours, il en est une qui touche également à l'argument de la lutte à la discrimination, il s'agit de l'affaire *Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme v. Georges Bernier*³⁵. Dans cette affaire, on s'attaquait au titre de la page couverture du numéro 367 de "Charlie-Hebdo" qui se lisait: "Un bicot lèche le cul d'un youpin". Ce qui aurait fait scandale dans la presse sérieuse et aurait sûrement été une manchette injurieuse et

34. *Id.*, 233.

35. Trib. gr. inst. Paris, 26 novembre 1977, J.C.P. 1978, II. 18924.

raciste a été exonéré à cause du genre de la revue, ce qui provoque le commentaire suivant chez Raymond Lindon:

“L’ordonnance ci-dessus rapportée fait voir - et le rapprochement est assez curieux - que, de même qu’il y a à l’intérieur de la vie privée un secteur bénéficiant d’une protection accrue, celui de l’intimité de la vie privée, de même il y a, à l’intérieur de la presse en général, une presse particulière jouissant d’une immunité accrue, la presse satirique.

En l’espèce, ce qui eût été intolérable de la part d’un ‘journal investi d’une mission normale d’information’ est toléré parce qu’il s’agit d’un des organes qui continuent la tradition du bouffon de l’ancien régime”³⁶.

Ceci nous amène à énoncer le principe qu’en autant que le message humoristique est clairement identifié, il jouira d’une liberté d’expression plus grande que l’ensemble des autres messages radiodiffusés parce que les lois du genre font qu’il peut prendre de bonnes distances par rapport à la vérité.

Malgré ceci, la liberté d’expression n’est pas illimitée comme ont pu s’en apercevoir les propriétaires du journal “Hara-Kiri” quand ils ont reproduit la photo d’un groupe d’employés des Pompes funèbres de la ville de Paris en leur ajoutant des brassards “S.S.”. Il s’agissait ici d’une question de droit à l’image, mais la comparaison peut être faite. En l’espèce le tribunal retient les motifs suivants pour autoriser la saisie d’une partie des exemplaires du magazine:

“... l’image est dénaturée par un montage ou un trucage qui a, pour le moins, dans leur entourage, l’effet de les ridiculiser; qu’une telle dénaturaison non autorisée est abusive malgré le genre très grossièrement humoristique du magazine et l’utilisation fréquente qu’il fait de procédés de montage, alors surtout que les intéressés ne s’exposent pas volontairement, par la nature de leur activité, à encourir les sarcasmes d’une publication de cette nature;”³⁷...

Il y a lieu de noter ici que le juge a porté une attention particulière au fait que lesdits employés étaient reconnaissables par des personnes de leur entourage, ce qui leur donnait un recours par le biais du droit à la vie privée. Il est à présumer que la décision du juge aurait été différente si les personnages n’avaient pas été reconnaissables et que la base du recours avait été la diffamation et la discrimination comme dans l’affaire impliquant “Charlie Hebdo”. Nous pouvons donc dire que plus le message humoristique est personnalisé plus il risque d’être régleménté par le biais des droits extra-patrimoniaux.

36. R. LINDON, notes sous J.C.P. 1978. II. 18924.

37. *Lalo & al. v. S.A.R.L.*, Édition du Square, Trib. gr. inst. Paris, 20 juin 1974, D. 1974. 751.

Dans l'affaire du jeu de cartes historique caricaturant Valéry Giscard D'Estaing³⁸, il ressort que la hiérarchie des messages protégés existe en France tout comme aux États-Unis. Si le fameux jeu de cartes est saisi c'est principalement que le juge considère le tout comme une opération commerciale plutôt que comme la diffusion d'une création artistique. Dans cette optique, le message humoristique radiodiffusé aura plus de protection s'il s'agit d'une émission du genre que s'il s'agit d'un commercial humoristique.

Trois autres affaires ont retenu notre attention bien qu'étant à cheval entre le droit patrimonial et le droit extra-patrimonial. Il s'agit de trois affaires se rapportant au droit moral de l'auteur. L'intérêt de ces trois décisions réside dans le fait qu'on y établit certains critères relatifs au droit que peut avoir un auteur d'en parodier un autre. Comme la parodie est une forme de message humoristique et que la liberté d'expression d'un deuxième auteur peut éventuellement être limitée par la liberté d'expression déjà exercée par un premier auteur, nous considérons donc ces affaires pertinentes à notre sujet.

La première de ces affaires concerne les chanteurs Antoine et Édouard³⁹ qui ont tous deux connu une certaine notoriété à la fin des années '60. Antoine avait d'abord enregistré un disque sur lequel on retrouvait entre autres les chansons "Les élucubrations d'Antoine" et "Qu'est-ce qui ne tourne pas rond chez-moi"; quant à Édouard il avait gravé quelques temps après "Les hallucinations d'Édouard" et "Qu'est-ce qui tourne en rond chez-moi". Édouard a été condamné à 20,000 Francs de dommages même si, en défense, il invoquait la parodie d'une oeuvre, technique qui en soi est permise. Le commentateur Françon en a fait ressortir deux conditions pour que la parodie puisse être licite. Il y a une condition d'ordre moral où le deuxième auteur doit avoir le dessein de faire rire; ainsi il ne faut pas vouloir porter atteinte à la réputation ou à l'honneur du premier auteur, ni détourner la clientèle de l'oeuvre parodiée vers la parodie (c'était le cas des deux chansons d'Édouard). La deuxième condition est d'ordre matériel, il ne faut emprunter à l'oeuvre originale que pour les besoins du genre soit pour que les gens fassent le rapport avec l'oeuvre originale, sans pour cela qu'il ne s'agisse d'une reproduction presque intégrale qui ne peut qu'engendrer la confusion.

38. *Valery Giscard D'Estaing v. Marc Ways*, Trib. gr. inst. Nancy, 15 oct. 1976, J.C.P. 1977. II. 18526.

39. *Sté Éditions et productions musicales du Pactole v. Sté Éditions Arpèges*, Trib. gr. inst. Paris, 9 janvier 1970, J.C.P. 1971. II. 16645 et 16671 bis.

Les deux autres affaires ont opposé les créateurs de "Tarzan" et ceux du film "Tarzoon, la honte de la jungle"⁴⁰ et les créateurs de la "Panthère rose" à ceux du "Loup bleu"⁴¹. Dans ces deux cas le tribunal a décidé qu'il n'y avait pas contrefaçon, mais bien parodie. Il y est établi que la contrefaçon s'apprécie selon les ressemblances et non selon les différences. Tarzan est noble, fort, intègre... Tarzoon est vil, faible, retors... Il y a bien, dans chaque cas, des points de ressemblance mais jamais à un point tel qu'il puisse y avoir confusion, au contraire.

Voilà donc quelques éléments nous permettant de voir jusqu'où peut aller le message humoristique quand il utilise la parodie, le pastiche ou la caricature.

3.3 L'équité (fairness)

Une autre technique utilisée pour réglementer les messages radiodiffusés passe par le biais des principes fondamentaux développés par les organismes de contrôle en la matière. La F.C.C. aux États-Unis et le C.R.T.C. au Canada ont élaboré des grands principes qui concernent la doctrine de l'équité. Pour le C.R.T.C. la doctrine pourrait se résumer comme suit:

"Les fréquences radiophoniques sont du domaine public. En conséquence, l'exploitation d'une entreprise de radiodiffusion n'est autre que l'intendance d'un bien public qui doit être utilisé dans l'intérêt public et au nom du public que l'entreprise est autorisée à desservir. L'un des avantages principaux escomptés par le public, en attribuant une telle intendance, est une information complète sur les questions qui le préoccupent.

La responsabilité du titulaire à cet égard comporte deux aspects: consacrer un temps raisonnable à la diffusion de reportages sur les questions publiques; et traiter de façon impartiale des questions controversées qui intéressent le public, en fournissant la possibilité d'exprimer des points de vue divergents. Il est d'importance primordiale pour la démocratie de bien s'acquitter de cette responsabilité.

(...)

La programmation doit être d'autant plus équilibrée que le sujet porte à controverse"⁴².

L'ensemble des principes fondamentaux émis par le C.R.T.C. dans ce rapport relève de plusieurs arguments. On utilise d'abord la rareté des

40. *Soc. Edgar Rice Burroughs Inc. v. Picha*, Trib. gr. inst. Paris, 3 jan. 1978, D. 1979. 99.

41. *Soc. United Artist Corp. v. Soc. L.M.G. 4° Ch. B*, Paris, D. 1981. 86 (I.R.).

42. Avis public du C.R.T.C., *Rapport sur les questions soulevées par la campagne de CFCF contre la loi 22*, 24 fév. 1977, pp. 8 et 10.

fréquences pour introduire cette obligation de parler des questions publiques et en parler de façon équilibrée. On met ensuite en balance la liberté d'expression du diffuseur et le droit à l'information de l'auditeur pour renforcer la doctrine et enfin on aborde le droit à la communication, mais avec précaution, étant donné qu'on en revient à la discrétion du diffuseur.

La doctrine américaine en cette matière est sensiblement la même et a d'ailleurs tracé la voie au C.R.T.C. Elle a connu son apothéose dans l'affaire *Red Lion Broadcasting v. F.C.C.*⁴³:

"Under the Communications Act of 1934, as amended, the FCC is required to enforce the Fairness Doctrine. This doctrine requires that broadcasters affirmatively air issues of public importance and that contrasting viewpoints on controversial issues be presented. Its constitutionality was unanimously affirmed by the Supreme Court in *Red Lion Broadcasting Co. v. FCC*. The Court held that a government requirement of fairness is permissible since the scarcity of the electromagnetic spectrum limits the number of possible broadcast licensees..."⁴⁴.

Comme la doctrine traite principalement du devoir des radiodiffuseurs de consacrer un temps raisonnable à la diffusion ou à la couverture de sujets d'intérêt public et au fait d'y présenter des points de vue différents, nous nous demandions s'il y avait lieu de traiter de la doctrine de l'équité face au message humoristique. D'autant plus que deux éléments supplémentaires de la doctrine américaine ont vraiment peu d'accointances avec le message humoristique et nous parlons de la garantie de temps égal pour les candidats aux élections de même que des règles relatives aux éditoriaux et aux attaques personnelles. La relecture de l'article "The fairness doctrine and entertainment programming: All in the family"⁴⁵ nous oblige à nous y arrêter.

Il faut mentionner que l'article date de 1973, soit quatre ans après l'arrêt *Red Lion*, à une époque qu'on peut qualifier de l'âge d'or de la doctrine de l'équité. L'auteur note d'abord que de tous les types de messages, seul le message véhiculé par les émissions de divertissement n'avait pas été touché par la doctrine de l'équité.

Selon lui, les émissions de divertissement parlent régulièrement de sujets controversés et ce, sans qu'il y ait équilibre. Les émissions traitent de ces sujets quelquefois de façon explicite, souvent de façon

43. *Red Lion Broadcasting Co. v. F.C.C.*, (1969) 395 U.S. 367.

44. S.N. BROTMAN, *loc. cit.*, note 23, 41.

45. Charles G. BETHEA, "The Fairness Doctrine and Entertainment Programming: All in the Family", (1973) 7 *Georgia Law Review* 554.

implicite (on pourrait ici penser à Bernie dans l'émission de télévision "Jamais deux sans toi" qui véhiculait une image positive de l'homosexualité). Or selon Bethea, il faudrait que la doctrine s'applique à tous les genres de message:

"The mode of conveying a controversial idea should not control the application of the doctrine, and form should be disregarded in favor of the substantive position aired by the licensee"⁴⁶.

Et il finit par déplorer le fait que l'obligation d'équilibre du diffuseur doive s'apprécier en fonction de l'ensemble de sa programmation.

Nous ne pouvons adhérer à de telles théories, elles auraient pour effet de vider complètement le message humoristique de sa substance. L'humoriste caricature, donc grossit les traits, on ne peut lui demander de bien faire son métier si on lui demande d'agir comme le journaliste ou l'animateur d'une émission d'affaires publiques. Et même quand on parle d'émissions de divertissement qui n'utilisent pas l'humour mais qui sont à base de fiction, nous ne pouvons être d'accord avec Bethea. Nous ne voudrions pas que l'aseptique Dr Welby donne lieu à des lignes ouvertes ou à des tables rondes à toutes les fois qu'il passe à l'écran. Cela risquerait de donner à notre télévision et à notre radio l'image terne des interminables discussions de la télévision hollandaise ou autrichienne que nous décrivait le réalisateur de l'émission française "7 sur 7"⁴⁷.

Quoique nous soyons bien conscients de la portée réelle limitée de la doctrine de l'équité (5 plaintes acceptées contre les radiodiffuseurs sur 2000 portées devant la F.C.C. en 1971) nous proposons quand même une limite à la doctrine de l'équité. Nous considérons que cette doctrine ne devrait s'appliquer qu'aux émissions dont le contenu est basé sur la réalité, alors qu'elle ne devrait pas s'appliquer aux émissions (ou aux messages) dont le contenu est basé sur la fiction. En d'autres termes, il faut faire une différence entre le droit de dire et le droit de créer, les lois du genre et les autres techniques de réglementation étant là pour réprimer les abus qu'il pourrait y avoir.

3.4 Déontologie - Auto-réglementation

S'il n'existe pas au Québec en matière de radiodiffusion un Code de Déontologie, c'est-à-dire comme l'entend Florian Sauvageau un

46. *Id.*, 562.

47. Exposé lors d'une émission sur la vocation de Radio-Canada (2^e Volet), Radio-Canada (T.V.), 5 déc. 1982.

ensemble de règles appliquées par un organisme ayant des pouvoirs coercitifs (ex. Office des professions), il n'en demeure pas moins que les médias de communications se sont imposé des lignes de conduite et cela en application de la technique de l'auto-réglementation.

Ainsi l'Association Canadienne des radiodiffuseurs a-t-elle son Code d'éthique, Radio-Canada sa "Politique journalistique" et le Conseil de Presse du Québec une jurisprudence qui lui tient lieu de code, selon une approche fort britannique.

Sur le message humoristique, l'Association Canadienne des radiodiffuseurs n'a rien dans son code. Quant à Radio-Canada, on retrouve dans sa politique journalistique des éléments susceptibles d'affecter le message humoristique.

Ainsi, dans une optique de protection des récepteurs on écrit:

"Les auditoires des émissions d'information sont diversifiés et n'acceptent pas tous la même définition du bon goût. Il en résulte que la liberté d'expression visuelle et verbale est plus limitée en radiotélévision que dans l'édition, au théâtre et au cinéma, où la clientèle exerce généralement des choix plus réfléchis. Les émissions doivent, en conséquence, adopter un ton qui ne risque pas de heurter gratuitement la sensibilité des auditoires"⁴⁸.

Nous croyons ici que la position vaut également pour le message humoristique. On parle plus loin du fait que l'on doive le plus possible éviter le mélange des genres; sur ce point il est à remarquer que plusieurs plaintes ont été portées devant le Conseil de Presse dans des cas où il y avait eu mélange des genres. La mise au point sur la satire nous éclaire particulièrement sur le mélange des genres:

"La satire n'a pas sa place dans les bulletins de nouvelles et doit être employée avec circonspection dans les émissions d'information dont la vocation première est de traiter avec sérieux les grands sujets de l'actualité. La satire étant source d'ambiguïté, son utilisation dans les programmes d'information risque de semer la confusion sur leur nature et leur objet. Seule la qualité de la satire peut en justifier l'usage, et sa présentation doit permettre à l'auditoire de l'identifier aisément"⁴⁹.

La mise au point sur la propagande haineuse fait passer dans ce champ mineur du droit qu'est l'auto-réglementation l'argument de lutte à la discrimination. Enfin le chapitre sur les stéréotypes vise le même argument. Sur ce point il est intéressant de noter que notre position sur la doctrine de l'équité ressemble à celle de Radio-Canada sur l'utilisation des stéréotypes:

48. SOCIÉTÉ RADIO-CANADA, *Politique journalistique*, Centre d'information, Soc. Radio-Canada, 1982, p. 12.

49. *Id.*, 55.

“Les stéréotypes ne se justifient que dans la mesure où ils sont un élément essentiel de l'émission. Seuls l'élément dramatique et le développement de l'intrigue devraient commander le recours à des personnifications stéréotypées dans les émissions de Radio-Canada, telles les dramatiques, les comédies, etc.”⁵⁰.

Le Conseil de Presse du Québec, quant à lui, s'est toujours refusé à adopter un code d'éthique considérant que sa jurisprudence constitue un code en lui-même qui a l'avantage d'être évolutif, c'est-à-dire non figé dans le temps. Le Conseil se perçoit comme un ombudsman ou un arbitre qui veut voir tant à la qualité de la presse (écrite et parlée) qu'à la protection du public. Nous avons pu répertorier dans quatre récents rapports annuels du Conseil, (1978-79 à 1981-82) une dizaine de plaintes touchant une forme ou une autre de messages humoristiques; de ce nombre, quatre touchaient le secteur de la radio.

L'ensemble de ces plaintes peut être divisé en deux sous-ensembles basés pour un, sous le droit à l'information et pour l'autre, sous la lutte à la discrimination.

Dans l'affaire *Lemay v. Champagne et Le Soleil*, un agent de la Sûreté du Québec se plaignait d'avoir été victime d'atteinte à sa réputation dans un article le visant qui était titré: “Kid la gachette”. Dans cette affaire, le Conseil écrit:

“Les professionnels de l'information peuvent présenter les faits dans le style qui leur est propre et même, comme en l'occurrence, faire appel à l'humour et à la satire, le Conseil estime toutefois que ceux-ci ne sauraient, même par le truchement d'une chronique, fût-elle à potins, se soustraire aux exigences de rigueur et d'exactitude que leur impartissent leur fonction et leur responsabilité d'informateur public”⁵¹.

Et nous avons là un premier exemple où le message humoristique est blâmé à cause du mélange des genres.

L'affaire *Dolment v. André Arthur (C.H.R.C.)*⁵² traite cette fois-là d'atteinte à la vie privée; l'humoriste n'est pas l'animateur mais sa “victime”, un clown. L'animateur avait quelque peu cuisiné son invité et lui avait fait avouer qu'il était un peu fou. Le Conseil décida que l'animateur n'avait fait que son métier et la plainte fut rejetée.

Une autre affaire où le mélange des genres a entraîné une plainte est *S.A.Q. v. Guy Pinard et La Presse*⁵³ où le journaliste avait fait une

50. Id., 113.

51. (1979-80) C.P.Q. 63.

52. (1980-81) C.P.Q. 93.

53. (1981-82) C.P.Q. 94.

chronique humoristique sur une mission de deux employés de la S.A.Q. en France, chronique qu'il avait intitulé: "Deux Québécois au pays de Bacchus". Dans ce cas, le Conseil ne retint pas le blâme contre le journaliste, considérant qu'il avait usé de l'humour et de la satire dans les limites raisonnables.

Enfin, un cas flagrant de manque à l'éthique journalistique et au droit du public à l'information est l'affaire *Fortin v. Vers Demain*⁵⁴. Le célèbre journal avait qualifié les psychologues de "putains diplômées" à la une de son édition d'avril-mai-juin 1981.

Le groupe de plaintes ayant pour base la rationalité de la lutte à la discrimination a été porté principalement par des groupes gais. Ainsi, quand, à la fin de 1978 un stage de l'O.F.Q.J. à l'intention des homosexuels a été refusé en France cela a donné lieu à des articles dans *La Presse* et *le Soleil* qui étaient dans des termes tendant à ridiculiser les homosexuels⁵⁵. De la même façon, *The Gazette*⁵⁶ et *C.J.A.D.*⁵⁷ ont été blâmés en 1981, ce qui amena le commentaire suivant du Conseil de Presse:

"Le Conseil considère que le commentaire en question, à cause de son caractère péjoratif, était inapproprié et déplacé. Même livré sous le sceau de l'humour, ce genre d'observation, en plus d'être méprisant et offusquant pour certaines personnes ou certains groupes, a comme effet d'entretenir des préjugés dans une société où la presse doit plutôt se faire un devoir de les dissiper"⁵⁸.

Une autre plainte pour discrimination sexuelle a été logée le 4 novembre 1982 contre la station de radio C.H.R.M. suite à la diffusion d'un sketch humoristique sur les gais. Ledit sketch étant digne d'un cabaret de troisième ordre, il est à prévoir que la station sera blâmée.

Deux plaintes contre des caricatures n'ont pas été retenues, le Conseil y voyant un danger alors de se poser en organisme de censure:

"Le Conseil voit dans la forme caricaturale un phénomène très particulier d'expression, utilisant l'exagération pour saisir ou attirer l'attention du public. Cette forme d'expression est, selon lui, associable à l'éditorial en ce sens qu'elle est un véhicule d'opinion et elle laisse, de ce fait, une grande latitude à son

54. (1981-82) C.P.Q. 53.

55. (1979-80) C.P.Q. 102.

56. (1981-82) C.P.Q. 67.

57. (1981-82) C.P.Q. 66.

58. *Ibid.*

auteur dans la formulation de ses prises de position. Le Conseil ne saurait donc intervenir sans risquer de devenir un organisme de censure.

Le Conseil reconnaît toutefois qu'il pourrait en être autrement de sa position si cette caricature visait une personne en particulier ou constituait l'instrument d'une campagne destinée à attirer la réprobation publique sur les bénéficiaires de l'aide sociale⁵⁹.

Enfin une dernière affaire est celle où le commentateur sportif Claude Quenneville s'est fait avertir par le Conseil⁶⁰ de redoubler de vigilance vu qu'une observation humoristique qu'il avait faite pouvait avoir pour effet d'entretenir une image stéréotypée des rôles masculins et féminins. Il avait dit lors de la dernière partie de la série mondiale de baseball 1980: "...ne vous en faites pas, mesdames, c'était la dernière partie de baseball de la saison".

Nous pouvons dégager de ces plaintes au Conseil qu'il s'agit souvent de la voie de recours des sans-recours, en ce sens que le Conseil sanctionne (avec un petit "s") des droits que les tribunaux, administratifs ou judiciaires, ne sanctionnent pas encore. Il en est ainsi parce que, si les atteintes à la réputation d'un individu sont sanctionnées, on se pose encore la question pour ce qui est des atteintes à la réputation d'un groupe et plus encore quand il s'agit non pas d'atteintes mais du renforcement de préjugés déjà établis. Ne fût-ce qu'à ce niveau, les organismes d'auto-réglementation ont un rôle certain à jouer.

CONCLUSION

Nous avons vu que le message humoristique était en rapport à un niveau ou à un autre avec l'ensemble des arguments du monde des communications. Quelquefois c'était pour invoquer la liberté d'expression qu'on avait laissé la plus large possible dans ce secteur où oeuvre le fou du roi pour reprendre l'expression de Raymond Lindon. D'autres fois c'était pour invoquer, comme en droit à l'information, que le mélange des genres n'est pas souhaitable, donc que le message humoristique n'y est généralement pas le bienvenu.

Nous avons vu également que même si l'ensemble des techniques de réglementation collaient relativement aux arguments, chaque technique touchant plus particulièrement un ou quelques arguments,

59. (1978-79) C.P.Q. 63. Voir au même effet (1979-80) C.P.Q. 105.

60. (1980-81) C.P.Q. 91.

la marge de manoeuvre laissée au message humoristique était souvent plus large que pour d'autres messages radiodiffusés. D'ailleurs, via l'ensemble des techniques utilisées, nous avons été en mesure de voir que peu de recours ont été exercés. À travers Lise Payette nous pouvons saisir le pourquoi d'une telle situation:

"Lise Payette, au cours de sa carrière d'animatrice de télévision, a pratiqué une forme de caricature verbale. Ses invités, souvent sur la sellette, devaient se défendre contre le détail sensible ou le travers qu'elle pointait sans cesse à leur égard. Devenue ministre, comme l'arroseur arrosé, elle se fait caricaturer. Cela l'amuse tellement qu'elle a tapissé, chez elle, un mur de ses caricatures. Ravie, elle rappelle sa première caricature, signe de son accession à ce monde de l'image, symbole de la considération publique. Flattée, elle admet que la caricature est la preuve qu'on pense à elle, qu'on s'intéresse à ce qu'elle fait. Plus la caricature est cinglante, mordante, meilleure elle est, affirme-t-elle. Elle repose sur une agressivité tellement éphémère qu'on ne peut en garder rancune à l'auteur"⁶¹.

Le peu de recours exercés dans le domaine du message humoristique radiodiffusé nous permet de tirer quelques conclusions. Vu l'existence des techniques de réglementation et leur incidence possible sur le message humoristique, le peu de recours nous amènent à conclure à la suffisance des techniques de réglementation en la matière... sinon il y aurait eu afflux de recours à un niveau ou à un autre dans l'échelle de la juridicité desdites techniques. D'autre part, ceci confirme l'allégué de Pierre Pagé à l'effet que les Québécois ont le sens de l'humour... ou du moins que l'humour qu'on leur sert est à l'image du sens de l'humour qu'ils ont.

*"Mieux est de ris que de larmes
écrire
Pour ce que rire est le propre de
l'homme."*

François Rabelais (1490 ?-1552)
Gargantua, Aux lecteurs.

61. T. TÉTREAU et R. CLOUTIER, *op. cit.*, note 7, 9.