Document généré le 24 avr. 2024 14:03

Nuit blanche

NUIT BLANCHE
magazine littéraire

Tant et si peu sur les médias

Laurent Laplante

Numéro 53, septembre–octobre–novembre 1993

URI : https://id.erudit.org/iderudit/21495ac

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Nuit blanche, le magazine du livre

ISSN

0823-2490 (imprimé)
1923-3191 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Laplante, L. (1993). Tant et si peu sur les médias. *Nuit blanche*, (53), 38–38.

Tous droits réservés © Nuit blanche, le magazine du livre, 1993

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Tant et si peu sur les médias

Certains auteurs semblent croire qu'il leur suffit d'arborer en titre tel ou tel mot cher à ce temps, communication, information ou médias, pour qu'aussitôt le livre mérite d'être lu. Erreur.

Liquidons rapidement un livre qui n'aurait jamais dû paraître: ***L'info, c'est rigolo***[1]. Attribuable à un trio, Les Nuls, qui semble fier de ce qu'il a produit, ce triste ramassis de blagues scatologiques, vicieuses, débilitantes vole si bas que, par comparaison, le pire de nos *festivals de l'humour québécois* mériterait un prix de bon goût.

L'***Animal zone***[2] de Germaine Aziz nous mène quant à lui, modestement, non pas au sommet éthéré d'un quelconque «grand débat médiatique», mais au cœur d'une salle de rédaction. Tout sonne juste et vrai. Les *stars* du métier passent, nez en l'air, sans même voir la réceptionniste. Les clans s'y forment et se combattent. Les idées naissent, se développent, s'épuisent. La tâche, selon les jours, devient exaltante ou répétitive, la vie de groupe stimulante ou insupportable. Un jour vient où, sans préavis, la réceptionniste, que les *vedettes* ne distinguaient pas du décor, publie ailleurs un livre que le public dévore avec ferveur. Du coup, Germaine Aziz a droit à l'existence, au respect, à l'affection. Du coup, ce qu'elle pense de ***Libération*** prend du relief.

Toujours flamboyant, plus péremptoire que jamais, Alain Minc reprend, avec ***Le média-choc***[3], le rôle qu'il s'est donné: il continue, sans complexe, à indiquer à la France ce qu'ont été ses erreurs et ce que devront comporter ses réformes. Alain Minc, qui publie à une cadence généreuse, a déjà traité, sur le même ton et à partir du même macro-regard, de l'informatique, de l'Europe de 1993, de la résurgence des nationalismes, de l'avenir du Canada comme État américain, etc. Le livre est toujours revigorant, à condition de privilégier ses grandes intuitions plus que ses démonstrations souvent aléatoires.

Pour nous cependant la frustration n'en est que plus grande, car ***Le média-choc*** prend si peu de recul par rapport à l'évolution spécifiquement française des technologies de la diffusion qu'il ne nourrit guère la réflexion que l'on devrait mener sur nos propres enjeux. D'autre part, Alain Minc juge brutalement les décisions autrefois prises en France, ce qui est facile quand on se prononce après coup, mais il ne parvient pas à définir une grille d'analyse qui, appliquée à la situation moderne, prémunirait contre la répétition des erreurs. Sur cette lancée, il réaménage quand même l'univers médiatique, à partir, semble-t-il, d'une base guère plus solide que celle d'où pontifiait la précédente génération de décideurs. Surtout, l'auteur, qui admire grandement la «réussite américaine», semble y avoir trouvé des repères dont l'Amérique elle-même doute déjà.

Au passage, Alain Minc, qui en embrasse décidément très large, adresse quelques questions non plus aux gestionnaires des technologies, mais aux journalistes eux-mêmes. Les question visent certains des pires défauts de la cuirasse; les réponses n'ont rien de très pénétrant.

Seul bouquin vraiment digne d'intérêt dans cette petite récolte, ***La population face aux médias***[4] de Lina Trudel a le rare mérite de rappeler que les médias, dont on décrit toujours la toute-puissance, doivent quand même beaucoup à qui les consomme. S'ils vivent et prospèrent, ils le doivent aux sommes versées directement ou non par les lecteurs, auditeurs et télespectateurs. Elle existe donc toujours, à l'avantage des gens, la possibilité d'exprimer son désaccord.

À cela s'ajoute un thème qu'affectionne Lina Trudel et qui reçoit malheureusement trop peu d'attention: la dimension civique des médias. Il ne suffit pas, en effet, de constater l'influence des médias sur la réflexion sociale (ou sur son absence); encore faut-il que la société rende ses membres plus aptes à décoder les médias et à en infléchir l'action. Lina Trudel a donc raison de signaler la multitude de recours qui s'offrent d'influer sur les médias. Ces recours, de fait, existent et servent trop peu. Mon inquiétude est qu'ils se révèlent de plus en plus inefficaces, à mesure que la diffusion parviendra, grâce aux nouvelles technologies, à ignorer toutes les frontières.

Récolte limitée? En effet, mais bien d'autres se préparent déjà... ■

par Laurent Laplante

1. ***L'info, c'est rigolo***, par Les Nuls, Albin Michel / Canal + Éditions, 1992, 305 p.; 27,60 $.
2. ***Animal Zone, Du standard au journalisme, mon histoire avec Libération***, par Germaine Aziz, Presses de la Renaissance, 1993, 236 p.; 26,95 $.
3. ***Le média-choc***, par Alain Minc, Grasset, 1993, 251 p.; 29,95 $.
4. ***La population face aux médias***, par Lina Trudel, VLB, 1992, 223 p.; 19,95 $.