

Contre la culture du consensus

Yves Rousseau

Number 75, January 1994, February 1995

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/23289ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Rousseau, Y. (1994). Contre la culture du consensus. *24 images*, (75), 12–13.

CONTRE LA CULTURE DU CONSENSUS

par Yves Rousseau

La télé généraliste est condamnée à chercher à plaire au plus grand nombre. C'est pourquoi SRC, TVA, TQS et RQ se ressemblent de plus en plus. Il y a infiniment plus de différence entre deux quotidiens comme *Le Devoir* et *Le Journal de Montréal* qu'entre Quatre Saisons et SRC. La télé généraliste fabrique ce qu'on pourrait nommer la culture du consensus.

À la télé, les infos puisent aux mêmes sources d'images; les jeux, les sports et les téléromans valsent d'un réseau à l'autre. RBO est à SRC et on y passe des pubs conçues pour le public de Musique Plus. Les talk-shows reçoivent les mêmes invités: si j'ai manqué «un tel» chez Benezra, je le retrouve à *Téléservice*, sinon je me rabats sur Coallier ou *La ruée vers l'art*. On objectera que les quotidiens à grand tirage ont tous leur entrevue avec Falardeau ou Forcier le même samedi mais dans les journaux, la subjectivité du journaliste est plus facile à établir avec des mots choisis qu'avec une caméra qui envoie la même image dans tous les foyers.

Cette image se doit d'abord d'être attirante, elle doit agir comme un coup de foudre capable de stabiliser le zappeur volage. Savante dose d'habituel (afin de jouer sur la reconnaissance) et d'extraordinaire. De plus, la nature même du médium télé (flot d'information visuelle et sonore sans possibilité d'en modifier le rythme) ne favorise pas le déploiement de la fonction critique ni l'analyse en profondeur. Et c'est tant mieux,



Coiffé d'une casquette de l'Armée rouge, Michael Moore, dans un reportage désopilant de TV-Nation, entasse des reliques du communisme (affiches de Lénine et poupées de Gorbatchev en passant par le livre rouge de Mao) dans un camion poids lourd qui sillonnera les États-Unis de Manhattan jusqu'à la Nouvelle-Orléans.

il existe l'écrit pour cela. L'écrit valorise davantage la fonction critique, qui a droit de cité dans des textes à part, qui permettent de pondérer le discours de l'invité. Laissons à la télé ce en quoi elle excelle: le divertissement. Mais attention, même si c'est souvent le cas, divertissement n'est pas toujours synonyme de superficiel.

La télé devient stimulante quand ses artisans en (re)connaissent les limites afin d'en pervertir les codes, d'où le succès des émissions parodiques. Le téléroman le plus écouté cet automne, *La petite vie*, est en fait une caricature de téléroman. Des émissions qui prennent acte de la médiatisation de notre société et ne cherchent pas à nous faire croire le contraire. Le petit écran nous accompagne de la

naissance à la mort et influence nos vies, nos valeurs, remplace la culture orale et familiale dans l'imaginaire collectif par un fonds commun fait d'émissions communes. La génération X au Québec c'est aussi *La Ribouldingue*, *Sol et Gobelet* et *Les sentinelles de l'air*. Après être devenu le sujet n°1 de nos vies, la télé s'impose de plus en plus comme le sujet n°1 de la télé. Ce climat autoréférentiel est à la fois le signe d'un essoufflement et d'une maturité. Bien malin qui pourrait en prédire le résultat. En fait, tout dépend de ceux qui utilisent le médium, organisent-ils une messe hebdomadaire pompeuse et guindée comme *Le Point médias* ou un happening frénétique où tout peut arriver comme *TV-Nation*?

TV-Nation est une énigme. Comment NBC, un des trois grands réseaux américains, a-t-il pu confier une heure hebdomadaire de télévision «prime time» à Michael Moore et son équipe?

Michael Moore est surtout connu pour avoir tourné le meilleur documentaire des dernières années aux États-Unis: *Roger & Me*. Ce bijou d'humour noir relatait les conséquences pour la ville de Flint (Michigan) de la fermeture brutale d'une méga-usine de GM. Moore enregistrerait sur pellicule l'implosion de la ville, le chaos social engendré par le chômage, le libéralisme à l'apogée des années Reagan. Parallèlement au regard posé sur Flint et ses habitants, le film suivait les efforts de Moore afin de rencontrer Roger Smith (le

Roger du titre), le grand patron de GM. Ce double regard est essentiel à la méthode de Michael Moore. D'un côté une caméra aiguisée comme un scalpel qui tranche dans la réalité de Flint, de l'autre la présence constante du réalisateur (le «& Me» du titre) à l'écran qui mène

entrecoupées de pilonnage au napalm, vie de banlieue mêlée d'archives de guerre et d'émeutes, assassinat d'Oswald et ménagères de choc.

Les sujets de reportage sont également variés mais sont tous traversés par l'omniprésence de la télé et des médias. On puise

avait raison de tirer sur des postes de télé.

La figure de style favorite de Michael Moore est le contrepoint ironique, que ce soit par le biais de sous-titres ou de commentaires musicaux. Lors d'une émission dont le thème majeur était les armes à feu, il

pointe nommée Bosnie, il explique que les Croates sont le jambon, les Musulmans le pepperoni et les Serbes le fromage, tout en avalant goulûment la pointe. Le ridicule ne tue pas mais les sous-titres défilent en mentionnant que les Serbes ont tué plus de 200 000 personnes en Bosnie, que 20 000 femmes ont été violées et qu'il y a 2 millions de réfugiés. Dans un autre reportage on se rend au Koweït constater les bienfaits de la guerre du Golfe pour la démocratie. Moore insère des extraits de discours de Bush et filme Koweït City. Le constat est impitoyable. 15% de la population a le droit de vote, les fast-foods américains sont partout pendant que Bush déclare qu'un autre coin du monde ressemble désormais un peu plus à l'Amérique. Avant la fin du reportage, on voit des extraits de discours de Clinton sur Haïti...

TV-Nation, hélas, n'est plus diffusée. Allez savoir pourquoi? Peut-être les cotes d'écoute n'étaient-elles pas à la hauteur? Peu de gens en ont parlé ici, ni les admirateurs de *Roger & Me*, ni les critiques de télé. Pourtant ce fut l'émission la plus jubilatoire depuis des lustres. *TV-Nation*, hélas, n'est plus diffusée. Allez savoir pourquoi? Peut-être les cotes d'écoute n'étaient-elles pas à la hauteur? Peu de gens en ont parlé ici, ni les admirateurs de *Roger & Me*, ni les critiques de télé. Pourtant ce fut l'émission la plus jubilatoire depuis des lustres. C'était drôle, intelligent avec un doigt d'indignation et un brin de cynisme. Pourrions-nous nous en inspirer? Les bonnes idées sont rares par les temps qui courent et dans le plagiat, on pourrait sûrement faire moins pire que *Croque-madame/monsieur*. Le problème, c'est à qui confier une émission comme *TV-Nation* au Québec? Claire Lamarche? Trop «matante». Claude Charron? Trop sentimental. Jean-Luc Mongrain? Trop sérieux. Stéphan Bureau? Trop gendre idéal. Lise Payette? Elle en fait trop. Pierre Falardeau? Trop révolté. C'est dur de trouver la perle rare. Parions qu'il n'y aurait pas consensus. ■



Véritable happening frénétique, *TV-Nation* a pu livrer aux heures de grande écoute une chronique d'un peuple sous influence et fut ainsi l'émission la plus jubilatoire depuis des lustres.

le bal avec maestria, ne se privant pas d'exprimer son avis par des commentaires à la fois sarcastiques et ingénus. Il faut voir le grand corps lourdaud de Moore évoluer sur l'écran, grosses lunettes, jeans mal coupés, calotte de camionneur et veste à carreaux. Il est exactement le même à *TV-Nation*, que ce soit pour rencontrer le maire de New York ou une famille du Midwest.

Avec un mandat consistant à présenter trois ou quatre reportages par semaine sur divers aspects de la société américaine, *TV-Nation* a livré une chronique d'un peuple sous influence.

Le générique de *TV-Nation* est un éditorial en soi. Montage ultrarapide de familles qui regardent la télé, scènes idylliques de l'innocence des années 50

dans les archives, on cite et invoque des images. Pour beaucoup des invités de *TV-Nation*, ces images sont la réalité. C'est l'image que doit gérer le maire de New York qui dicte ses réactions, c'est l'envie de passer à la télé qui motive les membres de l'association nationale des invités de talk-shows et lorsqu'on leur demande pourquoi veulent-ils y passer, ce n'est pas pour énoncer telle ou telle vérité à l'adresse de leurs concitoyens mais simplement pour devenir célèbres.

TV-Nation joue également le jeu de l'information respectable en commandant des sondages scientifiques sur des questions farfelues et nous présente les résultats avec un grand sérieux. Par exemple: 29% des Américains croient qu'Elvis

fait parler les gens de la National Rifle Association (le puissant lobby pro-armes) sur les vertus d'une arme de poing dans les cas d'autodéfense. Des sous-titres défilent au même moment: 24 000 Américains sont tués chaque année par des armes de poing. Le second sous-titre dit: 1% dans des cas d'autodéfense.

Dans un autre reportage, Moore se rend à Washington, loue une Yugo et fait la navette entre les ambassades de Serbie et de Croatie (qui sont à deux coins de rue l'une de l'autre). Il leur suggère de se téléphoner; rien à faire. Il fait réparer sa Yugo par l'ambassadeur serbe et lui offre une pizza. Au repas, l'ambassadeur explique la partition de la Yougoslavie en séparant les pointes. Dans la