Document generated on 10/12/2024 3:56 a.m.

24 images

Citizen Karl

Yves Rousseau

Number 105, Winter 2001

URI: https://id.erudit.org/iderudit/24027ac

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. (2001). Citizen Karl. *24 images*, (105), 13–64.

Tous droits réservés © 24 images, 2000

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

Citizen Karl

par Yves Rousseau

C'était l'automne et j'aurais voulu parler de la rentrée télévisuelle, de toutes les belles bébelles faites pour nous divertir.

J'avais un sujet en or et les moyens de l'explorer à fond avec mon nouveau gadget de télé numérique, mais un mégacomplot m'en a empêché, réunissant des personnalités aussi disparates que Trudeau, Juan Antonio Samaranch, Yasser Arafat, Bush et Gore, sous la tutelle du boss de Quebecor, qui a orchestré toute l'opération. Le plan est machiavélique: dire à Trudeau de faire le mort et de léguer son corps à la télé pendant que Samaranch offre les Olympiques et qu'Arafat organise des jeux parallèles avec lancer du caillou, saut de barricade et tir d'enfant à balles réelles. Au même moment, Bush et Gore font diversion sur le marché américain. Furieux d'être mis sur la touche, Jean Chrétien déclenche les élections les plus inutiles que le pays ait connues depuis la guerre des Boers. Que ne ferait-on pour passer à la télé? Une pub *snuff* mettant en scène sa propre mort? Je ne sais pas si les ados qui ont tourné la nouvelle pub de la SAAQ avaient vu ***Crash***, mais leur vidéo me semble traiter autant du suicide que de la vitesse sur les routes. Ici on préfère le suicide au mal fait à autrui.

C'est ce que nous apprennent les statistiques: la violence envers autrui régresse dans la vie réelle. Il n'y a jamais eu aussi peu de meurtres par fraction d'habitant dans notre beau et vaste pays. Une grande victoire pour le code de déontologie des télédiffuseurs. Avant le générique, voix et texte se conjuguent pour me dire que mon émission préférée s'adresse à un auditoire averti. Je ne suis plus un chien de Pavlov, je suis un auditeur averti. Ce qui, vous l'aurez compris, fait subtilement doubler les cotes d'écoute.

Je voulais donc parler de la rentrée, particulièrement à Télé-Québec, qui garde le meilleur rapport qualité/prix sur le marché des ondes. Mais il y a eu des Olympiques archi-mal mis en boîte par une télé qui semble refuser obstinément de montrer du sport: on coupe les compétitions pour nous farcir d'entrevues avec des athlètes qui n'ont rien d'autre à dire qu'ils sont bien contents d'être là (avant la compète) et qu'ils auraient aimé faire mieux (après la compète). Veut-on donner un exemple à la jeunesse ou favoriser la carrière médiatique ultérieure ou même présente (recherche de commandites) de ces gens qui n'ont rien d'autre à vendre que leurs performances? Entendons-nous, les athlètes font des choses extrêmement difficiles pour nous divertir et c'est souvent très beau de les voir aller. Laissons-les faire ce qu'ils font de mieux: s'entraîner, se doper et performer. De là à les bombarder de micros. Leur corps en dit déjà suffisamment long sur les mutations qui attendent l'espèce humaine…

J'aurais aimé parler longuement de Trudeau, qui a eu le *timing* de mourir juste avant l'anniversaire de la Crise d'octobre mais ça fait aussi partie du complot. Ce qui fait qu'il a volé le mois d'octobre une fois de plus. Son apport le plus important à la société canadienne? Assurer du travail à des générations d'avocats en judiciarisant la loi avec sa Charte des droits. J'ai néanmoins appris que les profs d'histoire anglos utilisent les *Memoirs* de Trudeau pour expliquer le FLQ aux enfants tandis que les profs francos montrent ***Octobre*** de Falardeau. Comme vision antithétique de l'histoire, difficile de faire mieux. On s'entend néanmoins sur un point: le salut de la mémoire passerait par l'audiovisuel. Vous avez dit deux solitudes? Justement, la série *Le Canada: une histoire populaire* aurait dû s'appeler Le Canada, une histoire unilingue. Produite conjointement par la SRC et CBC, cette série qui se veut le nec plus ultra de la vérité historique laisse en plan la caractéristique culturelle majeure de notre «beau grand pays»: sa diversité linguistique. Dans la version française, tout est en français. Les Anglos parlent français avec accent! *Well well*! En anglais c'est le contraire, donc la même chose: tout pour ne pas entendre la langue de l'Autre.

Avant le générique, voix et texte se conjuguent pour me dire que mon émission préférée s'adresse à un auditoire averti. Je ne suis plus un chien de Pavlov, je suis un auditeur averti. Ce qui, vous l'aurez compris, fait subtilement doubler les cotes d'écoute.

Mais tout cela n'est que mise en scène, écran de fumée, leurre et détournement d'attention des vraies affaires, qui vont beaucoup plus loin que la soi-disant liberté de choisir telle ou telle chaîne. Peut-être connaissez-vous cette histoire d'un homme, héritier d'une immense fortune qu'il utilise afin de prendre le contrôle des médias? Il finit sa vie seul, misérable et riche.

Imaginons alors qu'une personne, qui n'est pas encore seule et misérable, mais déjà très riche et dotée d'un appétit insatiable, personne que nous appellerons ici PKP pour des raisons d'économie, mette la patte sur le plus gros réseau de câble au Québec et une des télés les plus rentables au Canada (qui s'approprie, selon BBM et Nielsen, dans les 40 % de la tarte francophone au Québec), entreprises que nous appellerons ici respectivement Vidéotron et TVA, pour ces mêmes raisons d'économie. Donc, PKP possède une véritable constellation, à peu près tous les médias les plus populaires du Québec, ce qui lui permet d'offrir des millions de clients potentiels à des annonceurs. Car

(Suite à la page 64)

(Suite de la page 13)

il contrôle (entre autres) *Le Journal de Québec* et *Le Journal de Montréal*, TQS et des dizaines de magazines, dont plusieurs tirent dans les six chiffres, sans parler des imprimeries et des médias numériques. Avec Vidéotron, il achète le tuyau qui transporte l'essentiel de la télé au Québec.

En fait, PKP se prend pour Frankenstein, donnant vie à une créature faite des plus gros morceaux de tous les médias possibles, contenu et tuyauterie compris. Tout cela rejoint un sacré paquet de monde. Pas besoin d'être un maniaque de la télé pour y être exposé, il suffit de lire un journal ou une revue, de surfer sur Internet, de rouler en voiture ou dans le métro. Vous lisez un journal qui vous renvoie à une promotion sur Internet, qui vous conseille de regarder telle émission pour avoir les indices. Parlez-moi d'intégration. Et dire que Quebecor, pour s'enrichir, appauvrit le contenu de tout ce qu'il achète.

Dans cette histoire, on a peu vu nos parlementaires s'émouvoir à propos du contrôle des médias par le moyen de la concentration des entreprises. Si émotion il y a, c'est la joie fébrile du ministre Landry, qui jubile de participer à la naissance d'un des plus gros fleurons de Québec inc. Ce n'est pas que les politiciens québécois se fichent du câble, au contraire. Les éditorialistes et observateurs économiques canadiens hurlent contre une politique économique qu'ils considèrent tribale en feignant d'ignorer que depuis 1994, la Cour suprême a tranché: les télécommunications sont de compétence fédérale. Comme Québec ne peut plus légiférer sur les télécommunications, il peut participer à ces transactions au point d'y faire pencher la balance à coups de milliards par le biais de la Caisse de dépôt. Depuis sa naissance, Vidéotron a bénéficié de l'appui actif de tous les gouvernements qui se sont succédé à Québec en vue d'en faire un joueur majeur. Il n'y a qu'à se rappeler l'incroyable complaisance du ministère des Communications du Québec à l'époque du fiasco (annoncé dans ces pages) du projet UBI. Vidéotron est un chouchou de Québec inc. Et la Caisse de dépôt, par sa filiale Capital Communications CDPQ, injecte 2,2 milliards pour aider PKP à avaler Vidéotron. En retour, la Caisse voit sa participation dans Quebecor Média passer de 14 à 45 %.

En fait, PKP se prend pour Frankenstein, donnant vie à une créature faite des plus gros morceaux de tous les médias possibles, contenu et tuyauterie compris. Tout cela rejoint un sacré paquet de monde. Pas besoin d'être un maniaque de la télé pour y être exposé, il suffit de lire un journal ou une revue, de surfer sur Internet, de rouler en voiture ou dans le métro.

Plus moyen de faire quoi que ce soit dans le paysage médiatique populaire local sans mettre quelques dollars dans la poche de PKP. Tout cela m'angoisse au plus haut point.

Pour ne plus y penser, je vais aller m'étourdir sur le câble numérique, auquel je viens de m'abonner. Peut-être avez-vous comme moi succombé à ces pubs pleine page dans certains journaux (mais pas dans mon quotidien préféré), offrant la télé numérique par câble. J'ai choisi un forfait à 12 $ par mois pour 15 chaînes en plus des trucs de base et de la boîte qu'il faut louer. Après avoir zappé pendant quelques semaines entre plus de 150 canaux, au grand désespoir de ma blonde, j'ai fait mon choix. Mes préférés? Telelatino, Moviepix, Showcase, Bravo, Space Channel, Black Entertainment. On s'en reparle. ■