

## 24 images

### Maître chez soi

Yves Rousseau

---

Cinémas d'Asie  
Number 119, October–November 2004

URI: [id.erudit.org/iderudit/6812ac](http://id.erudit.org/iderudit/6812ac)

[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. (2004). Maître chez soi. *24 images*, (119), 34–35.

---

Tous droits réservés © 24/30 I/S, 2004

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.

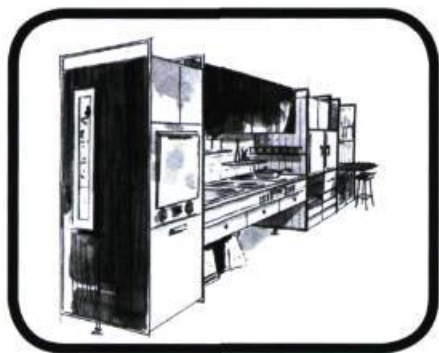
Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research. [www.erudit.org](http://www.erudit.org)

# Maître chez soi

par Yves Rousseau

Si il faut en croire la télé, notre environnement extérieur est rempli de périls : pervers sexuels aux portes des écoles, violeurs dans les parcs, guerre de gangs dans les rues de nos banlieues naguère si paisibles, dirigeants d'entreprises et de sociétés d'État corrompus, vendeurs sans scrupules ; on craint de boire l'eau du robinet, la nourriture est remplie de pesticides et d'hormones pas naturelles, l'air est de moins en moins respirable, le soleil donne le cancer, le climat se détraque, les enfants sont de plus en plus allergiques, nos forêts grouillent d'ours affamés. Comme il faut bien mettre le nez dehors de temps en temps, on a besoin d'un gros 4 x 4 pour aller au dépanneur.

Sur le plan international ce n'est guère mieux : il y a des terroristes bardés de ceintu-



res explosives (même les femmes s'y mettent), des intégristes de tout poil prêts à vous égorger devant une caméra bon marché, la guerre en Irak, des guerres civiles, tribales et ethniques un peu partout, des famines, épidémies et catastrophes naturelles, des athlètes drogués aux Olympiques, j'en passe et des meilleures. On en vient presque à regretter la bonne vieille menace nucléaire de la guerre froide.

Vous faites partie de la classe moyenne, vous n'êtes pas très riche ni très pauvre. Vous travaillez dur pour payer les factures. Entre le boss qui vous verse un trop maigre salaire et le gouvernement qui cherche à vous l'imposer, l'espace de liberté semble se rétrécir comme une peau de chagrin. L'ultime champ où l'on exercerait un tant soit peu de contrôle sur notre destinée serait donc

*Comme dans Star Académie, l'enjeu consiste à montrer la transformation rapide, ici d'inconnus en célébrités, là d'un salon défraîchi en un salon rafraîchi. L'émission est éclairée avec la précision clinique des photographies illustrant les guides de bricolage du Reader's Digest. Cette émission est intimement liée à l'industrie de la rénovation-bricolage, un marché de dizaines de milliards en pleine expansion. Faut-il rappeler que le commanditaire principal de Trading Spaces est un réseau de mégaquincailleries ?*

la sphère domestique. Le foyer et son décor deviennent une prolongation de l'« âme », du moi, de l'égo en fait. Même le plus docile des employés se sent en droit de clamer bien fort



que « personne ne viendra me dire quoi faire chez moi ! » Personne ? C'est à voir.

## Un plan simple

Mais avant de sauter aux conclusions, examinons le plan de reprise de contrôle de notre environnement domestique proposé par la télé. Un plan simple, en quatre étapes faciles :

- 1) rentrez chez vous ;
- 2) branchez-vous ;
- 3) regardez des émissions comme *Trading Places* ;
- 4) redécorez !

Considérons que l'étape un est déjà réglée, si ce n'est pas le cas, relisez les deux premiers paragraphes de ce texte.

La seconde étape vise à vous assurer davantage qu'un minimum de chaînes et une relative qualité d'image. En effet, votre câblo-distributeur se fera un plaisir de vous offrir un système d'alarme pour moins de cinquante dollars par mois. C'est un complément essentiel à la protection de vos biens (qui appartiennent en fait à la compagnie de crédit, tant que vous n'avez pas tout remboursé : la télé 16/9 de 40 pouces en 48 paiements faciles de 99,99 \$ par exemple). Tant qu'à y être, ajoutez Internet, vous pourrez ainsi vivre en toute sécurité des rencontres sexuelles virtuelles et c'est votre PC qui attrapera des maladies à votre place.

## On s'occupe de vous

La troisième étape est un peu plus compliquée vu la quantité phénoménale d'émissions, voire de chaînes entièrement vouées

à la promotion de l'«amélioration domestique»<sup>1</sup> (traduction littérale du concept anglo-saxon de *home improvement*). Ne reculant devant rien, votre chroniqueur a passé des jours à guetter, télécommande à la main et guide horaire dans l'autre, toute émission qui traite de notre sujet au nord du Rio Grande, pour en tirer la substantifique moelle. C'est donc vers la télé américaine qu'il faut se tourner pour accéder à la quintessence du genre, en particulier la chaîne TLC, curieusement appelée The Learning Channel, et son émission phare : *Trading Places*, la mère de tous les shows transformistes, déclinée en plusieurs variantes (*Trading Spaces Family*, *While You Were Out* et la plus cruelle d'entre toutes : *Clean Sweep*, qui vise ceux qui finissent par transformer leur maison en entrepôt parce qu'ils sont incapables de jeter). La programmation de TLC est



presque entièrement vouée à la promotion de l'industrie du «relookage», que ce soit dans la décoration intérieure, les vêtements ou carrément la personnalité, ce qui, pour plusieurs, semble être la même chose. J'ai même vu une émission où l'on s'acharnait pendant une heure à transformer une timide bibliothécaire universitaire en serveuse de *Coyote Ugly!*

*Trading Spaces*, c'est un budget (1 000 \$US), deux designers, deux familles, un menuisier, deux pièces, deux jours pour faire le travail. C'est la perpétuation du rêve américain à travers les gens ordinaires. L'émission s'adresse au commun des mortels, celui qui dispose d'un budget limité, le plus sollicité par l'industrie du rêve. Curieusement, le vecteur du rêve c'est la «réalité», prétendue brute. Dès le départ les dés sont pipés sur la question budgétaire parce que les 1000 \$ ne servent qu'à payer matériaux et accessoires. On ne tient pas compte des salaires qu'il faudrait verser pour avoir à sa disposition une équipe de spécia-

listes pendant deux jours, ce qui quintuplerait facilement la facture pour le quidam qui voudrait en faire l'expérience.

Le slogan de TLC est «Life unscripted», la vie sans scénario si vous préférez. C'est tout un programme. On pourrait s'attendre à un festival de caméras de surveillance alors que la marchandise est tout autre. Comme tout ce qui touche la prétendue «télé-réalité», tout est construit, formaté et contrôlé à chaque étape du processus. Le casting est constitué essentiellement par la classe moyenne-public cible, les participants sont davantage les faire-valoir d'un dispositif télévisuel que des sujets agissants, tout comme dans *Loft Story*.

Comme dans *Star Académie*, l'enjeu consiste à montrer la transformation rapide, ici d'inconnus en célébrités, là d'un salon

*Nous sommes donc ici au cœur de la transformation de surface qui participe de l'acceptation globale du monde tel qu'il est. «Relookage» sauvage perpétuel, logique de zapping. C'est dans l'ordre de la programmation/consommation.*

défraîchi en un salon rafraîchi. L'émission est éclairée avec la précision clinique des photographies illustrant les guides de bricolage du *Reader's Digest*. Cette émission est intimement liée à l'industrie de la rénovation-bricolage, un marché de dizaines de milliards en pleine expansion. Faut-il rappeler que le commanditaire principal de *Trading Spaces* est un réseau de mégaquincailleries?

### Infantilisation consentie

Les participants sont soigneusement encadrés par des professionnels omniprésents et omnipotents : designers, menuisiers et animateurs. Ils mènent le jeu, font des gags, assurent le rythme. Car une émission de *Trading Spaces* est rythmée selon une cadence d'enfer. Il se passe toujours quelque chose. Les participants sont des exécutants : on leur fait effectuer une partie du travail

manuel. Il faut bien qu'ils aient l'impression d'avoir fait les choses eux-mêmes. Confiants dans le savoir-faire des experts et conscients des caméras, ce sont de bons soldats, du moins par la volonté. Parfois madame se révèle redoutable d'efficacité et de précision à la scie sauteuse tandis que monsieur est nul. Le tout culmine évidemment dans la découverte de leur propre maison, dont une pièce a été «relookée» par une autre équipe durant leur absence. On assiste alors à un festival d'infantilisation consentie. Les participants ont à ce moment des yeux d'enfants qui ouvrent leurs cadeaux à Noël. Et, parfois ça arrive, imaginez la déception et la colère de l'enfant qui considère que le Père Noël s'est trompé!

Nous sommes donc ici au cœur de la transformation de surface qui participe de l'acceptation globale du monde tel qu'il est. «Relookage» sauvage perpétuel, logique de zapping. C'est dans l'ordre de la programmation/consommation. Qu'on se dispute sur telle couleur ou tel matériau n'a aucune importance, l'important c'est que ça change.

Si l'imagination compense parfois le manque de moyens, le manque d'imagination couplée au manque de moyens fait rouler l'économie grâce au crédit. Vous êtes maintenant mûrs pour passer à l'étape quatre. Vous êtes libres de faire ce que vous voulez, en autant que vous le fassiez. À vos marteaux!

Merci, *Trading Spaces!* 🛠️

1. Le concept peut comprendre des émissions axées sur le bricolage, avec ou sans projet précis, des émissions de pur voyeurisme consacrées aux maisons de stars, des émissions moins frivoles mais tout aussi superficielles portant sur le design ou l'architecture, mais sans entrer dans le «faites-le vous-même», ainsi que des émissions consacrées à l'horticulture (si on perçoit la cour comme une extension du domaine personnel) sans parler des chroniques habitation de nombreuses émissions de télé équivalentes aux magazines féminins.

