

« Ceux qui ont crevé les yeux du peuple lui reprochent d'être aveugle »

Yves Rousseau

Numéro 65, février–mars 1993

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/22698ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Rousseau, Y. (1993). « Ceux qui ont crevé les yeux du peuple lui reprochent d'être aveugle ». *24 images*, (65), 16–17.

"CEUX QUI ONT CREVÉ LES YEUX DU PEUPLE LUI REPROCHENT D'ÊTRE AVEUGLE"

JOHN MILTON, 1642

par Yves Rousseau

Cette phrase, placée en exergue du documentaire *Manufacturing Consent*, consacré au linguiste et activiste Noam Chomsky, donne le ton en inscrivant d'emblée la place des médias au cœur du jeu démocratique. Sans vouloir résumer la pensée de Chomsky à une idée-choc (que le documentaire reprend et dissèque pendant plus d'une heure et demie) on peut affirmer que pour Chomsky les mass media dits orchestrateurs sont à la démocratie ce que la violence est aux didactures. Le tableau est-il trop noir? Faut-il, comme les nombreux détracteurs de Chomsky le traiter de paranoïaque obsédé par un grand complot international? Pour les auteurs du film *Manufacturing Consent*, il n'y a pas de doute: Chomsky a raison et le propos est celui d'un film militant qui épouse à la lettre la pensée du professeur Chomsky.

Assez curieusement pour un film qui critique les médias dominants, on dirait que la première demi-heure est une émission de Musique Plus tant il y a d'images éparées, de montage frénétique, de saupoudrage de raisonnements intenses déchiquetés en innombrables parcelles d'images captées aux quatre coins du monde. On a peut-être voulu accrocher d'emblée le jeune public à un langage télévisuel qui lui est familier mais le résultat perd sur les deux tableaux: d'une part on sacrifie au sacro-saint principe télévisuel de la concision éclatée et

d'autre part ces minuscules fragments sont si denses, qu'au bout de vingt minutes, on ne peut plus supporter un tel régime d'images et d'idées. Il fallait d'ailleurs le formidable capital de sympathie développé par le personnage pour que l'on puisse

cho-syndicalistes. Selon lui, les médias castrateurs (grands réseaux nationaux de journaux et de télévision) disent tous à peu près la même chose comme une sorte d'immense chorale consensuelle qui lénifie les opinions, désirs et besoins de

masse. L'arbitraire tient évidemment au choix de ce qui sera retenu comme digne d'intéresser la masse. La société médiatique a donc concrétisé les craintes exprimées au XIX^e siècle par un des plus fins analystes politiques depuis Machiavel: Alexis de Tocqueville qui dans *De la démocratie en Amérique* disait appréhender la perversion du système démocratique en une tyrannie de la majorité. La loi des cotes d'écoute télévisuelles et la «sondagite» aiguë qui caractérisent les mœurs culturelles et politiques de nos contemporains sont deux symptômes patents de cet état de choses. Nous baignons dans un bouillon d'idées reçues.

Cette idée est au cœur de la pensée de Chomsky. Tant que vous restez dans le cercle de la concision, vous êtes tolérés par la télé. La chose est brillamment mise en lumière par Jean Larose dans le film de Marcel Jean *État critique*. Vous avez droit à 600 mots ou moins entre deux pubs pour vendre votre salade, vous avez intérêt à ne pas faire de la dentelle. D'ailleurs, l'expression «vendre sa salade» n'est pas innocente, car l'ensemble du mégamessage télévisuel est calqué sur la forme publicitaire. La télé a toujours quelque chose à nous vendre.

Les auteurs de *Manufacturing Consent* eux aussi nous vendent littéralement du Chomsky à toutes les sauces. On a droit aux conférences-débats à travers le monde, probablement les meilleurs moments du film

Ce n'est pas Rambo qui est violent quand il passe à la télé, c'est la télé qui est violente en soi. C'est son incessant martellement mercantile, avec ou sans publicité

tenir le coup des presque trois heures que dure le film. Car il faut dire que le charisme et l'affabilité de Chomsky comptent pour beaucoup dans la dissémination de ses idées. Il a beau se plaindre que la télé populaire américaine ne le trouve pas assez médiatique, ce qui à mon avis est un total non-sens; Chomsky est à sa manière une bête de scène, possède le sens de la formule, de l'exemple-choc, du détail qui tue. Il n'a pas besoin de faire le clown pour être écouté.

Si Chomsky est en colère contre les médias, c'est donc pour des raisons politiques qui relèvent de ses convictions anar-

consommation. À partir de ce postulat, on ne peut évidemment plus parler d'information mais de propagande ayant deux cibles principales: une élite riche et cultivée, et la masse innombrable des consommateurs. L'élite (particulièrement les intellectuels) possède ses médias spécialisés (télé culturelle et éducative, revues comme celle que vous tenez entre vos mains) qui débusquent les tendances et tentent de faire la mise en perspective. Une partie seulement de ce corpus est ensuite retenue, digérée, pour ne pas dire édulcorée par les médias orchestrateurs destinés à la

(avec les débats-télé) car Chomsky y fait face à de solides détracteurs qui l'obligent à se surpasser; une partie biographique révélatrice occupe une bonne partie du film mais elle est encombrée d'images dénotatives qui n'ajoutent pas grand-chose sauf une certaine confusion. C'est d'ailleurs le principal reproche que l'on peut faire au film que d'étirer interminablement la sauce, même si les excès de la première partie ont tendance à s'amenuiser, le montage frénétique et l'effet «patchwork» sont en contradiction avec la pensée de Chomsky, claire, directe et linéaire. On aurait pu faire aussi bien en moins de deux heures. À tout vouloir dire et montrer, les auteurs de *Manufacturing Consent* n'ont peut-être pas servi autant qu'ils auraient pu une cause qui visiblement leur tient à cœur.

Je ne sais pas si on verra bientôt *Manufacturing Consent* sur le petit écran. Son passage pourrait cependant aider à clarifier le débat qui éclate actuellement sur le contenu de la télé. Il souffle comme un vent de fronde mêlé de censure. Sans jeu de mots, il se fabrique un «consent» autour d'un contrôle de la violence à la télé. Rarement la télé aura eu aussi mauvaise presse. Il existe des raisons pour diaboliser la télé afin de la rendre responsable des maux de l'époque mais les raisons invoquées ne sont pas les bonnes. Ce n'est pas tant *Rambo*, *Miami Vice* ou *Freddy* qui sont violents mais l'ensemble de la structure télévisuelle qui est agressive. C'est l'arrogance de l'argent, de la consommation à outrance, du discours marchand, de la performance, c'est l'absence de remise en question véritable des idées reçues. Serge Daney disait de la télé qu'elle est probablement ce qui ressemble le plus à l'inconscient collectif, elle est un miroir déformant dans lequel on doit faire des grimaces pour se reconnaître. Cette douteuse gymnastique fait aussi partie de la violence télévisuelle. À force d'y voir un monde gro-

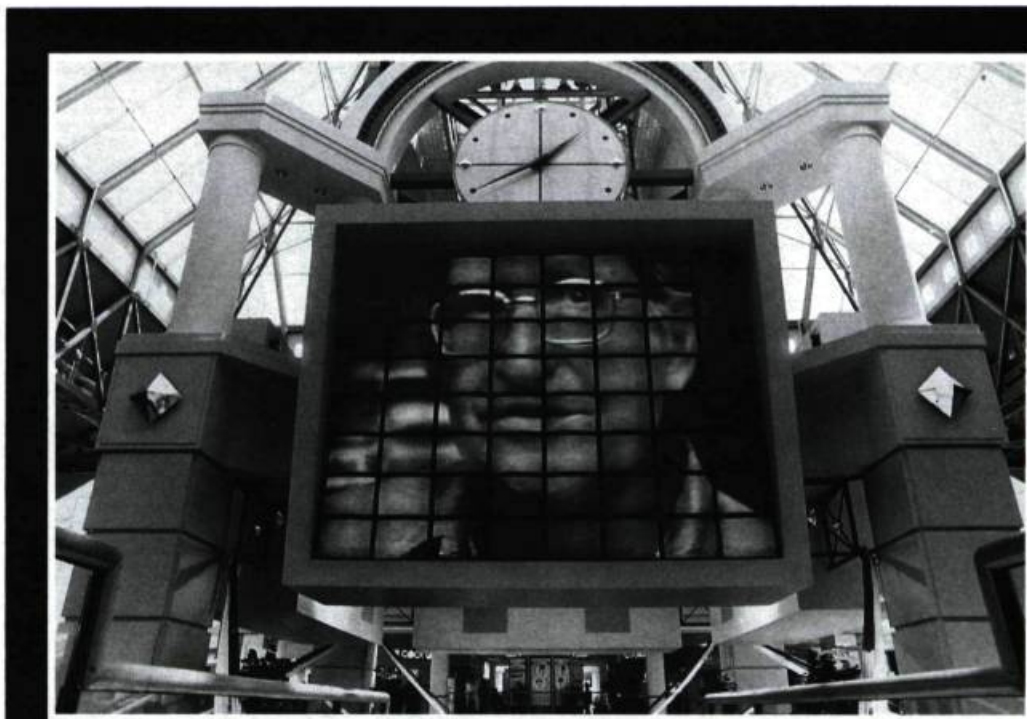
tesque peuplé de phénomènes publicisés par les «reality shows», les confessions flamboyantes en plan rapproché-poitrine et les guerres télévisuelles; le tout entrecoupé de nos commanditaires habituels, on ne peut s'empêcher de ressentir un certain malaise s'il nous reste un iota de lucidité. Le malaise sera-t-il moindre si on empêche les enfants de voir *Freddy* pour leur montrer davantage de publicité pour un mode de vie essentiellement axé sur les valeurs narcissiques de la

structure même de la programmation qu'il faut repenser. Sa plus grande perversité résidant dans sa sérialité. Qui dit télé dit série, avec son infini cortège de répétitions et variations sur un même thème. La télé est le produit le plus achevé de l'ère industrielle (basée sur la production en série), il en reprend toutes les caractéristiques mais son génie consiste à être le produit qui permet de vendre tous les autres.

La télévision n'est d'ailleurs pas totalement étrangère à la

shows», la télé a largement contribué à faire du SK le grand épouvantail de l'Occident contemporain. Comme la télé, le SK est un miroir déformant de l'inconscient collectif où sont exacerbées les valeurs de production en série, la manipulation des victimes, la xénophobie, l'efficacité et la performance des qualités requises pour faire un bon SK.

Pas une semaine sans un nouveau film, couverture de magazine, émission de télé, ligne ouverte, fait divers, ro-



«...le montage frénétique et l'effet «patchwork» de *Manufacturing Consent* sont en contradiction avec la pensée de Chomsky, claire, directe et linéaire.»

consommation et la recherche de son «moi véritable»?

Ce n'est donc pas *Rambo* qui est violent quand il passe à la télé, c'est la télé qui est violente en soi. C'est son incessant martellement mercantile, avec ou sans publicité. Il n'y a pas trois minutes de pub sur douze minutes de diffusion, il y a soixante minutes de pub sur soixante, certaines avouées, d'autres pas. La violence à la télé ne se réglera pas en censurant telle ou telle émission, c'est la

résurgence de ce qui est en passe de devenir la grande figure criminelle de cette fin de siècle: les «serial killers» (SK). Quelques films ont déjà mis en lumière la relation entre SK et télé. *C'est arrivé près de chez vous* joue à fond sur cette relation quasi symbiotique. Tout comme la télé, le SK produit des séries et applique un programme où les victimes sont autant de variations, comme les épisodes de notre émission favorite. Par le biais des «reality

man, jeu de société, fiction et réalité confondues qui présentent des SK plus admirables et intelligents les uns que les autres. Hannibal Lector fut couvert d'Oscars comme pour reconnaître la contribution du SK à notre société. Diabolisation, bouc émissaire, incarnation du mal, le SK comme la télé, matérialise nos cauchemars climatisés. ■