

Scoop, Tweet et cie

Pierre Barrette

Les 200 films québécois qu'il faut avoir vus
Numéro 156, mars-avril 2012

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/66747ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Barrette, P. (2012). Scoop, Tweet et cie. *24 images*, (156), 56-57.

SCOOP, TWEET ET CIE

par Pierre Barrette

DEPUIS MAINTENANT SEPT ANS, *TOUT LE MONDE EN PARLE* CONSTITUE L'UN DES PRINCIPAUX rendez-vous de la semaine à la télévision québécoise, et la seule émission de Radio-Canada à concurrencer sérieusement l'offre de TVA, qui place régulièrement quatre de ses produits-vedettes parmi les cinq émissions les plus regardées hebdomadairement. Pour certains, cette bonne tenue d'un talk-show à teneur « informative » contre les gros canons de la télé réalité (*Occupation double*, *Star académie* et autres) est un signe encourageant; pour d'autres, plus cyniques peut-être, c'est parce qu'elle emprunte à la télévision de divertissement ses principales stratégies que *TLMEP* réussit ce tour de force, mêlant politique et humour, affaires publiques et frivolité. Mais quoi qu'on en dise, force est de reconnaître que Guy A. Lepage et son équipe ont réussi à s'imposer dans le paysage local comme une incontournable vitrine pour tous ceux qui ont un message à passer, au point de détrôner bien souvent les canaux officiels de l'information dans leur capacité à obtenir des têtes d'affiche de l'actualité, cette exclusivité tant recherchée. Cette réalité, vertement décrite par *l'intelligentsia* journalistique qui y voit une dangereuse confusion des genres, semble toutefois parfaitement cohérente avec le fonctionnement actuel du système de l'information, dominé par une logique du *scoop* qu'il a lui-même contribué à mettre en place.

LE SYNDROME JACK LAYTON

Le cas de feu Jack Layton, chef regretté du Nouveau Parti démocratique, est à ce titre particulièrement parlant. Point besoin en effet d'être un politologue patenté pour mesurer tout l'impact que son apparition remarquée à *TLMEP* a pu avoir; sa dégainée décontractée, son aisance évidente, son français gentiment « cassé », ses réponses directes qui mettaient toujours en avant sa préoccupation pour Monsieur et Madame Tout-le-Monde, mais aussi son état de survivant, que toute l'entrevue soulignait avec insistance, ont certainement contribué à l'énorme capital de sympathie dont lui et son parti ont profité lors des élections de mai 2011, ce que les sondages avaient déjà commencé à montrer dans les jours qui ont suivi ce passage remarqué. *A contrario*, on peut se demander si le refus obstiné d'un Stephen Harper de jouer le jeu des médias québécois, et en particulier celui de *TLMEP*, n'a pas contribué à obscurcir un peu davantage son image déjà terne. Faut-il conclure pour autant que le talk-show du dimanche soir constitue désormais un passage obligé pour tous les personnages publics qui désirent se faire entendre? Le choix récent de Jacques Duchesneau, haut fonctionnaire de la police, de préférer une « confession » dans le studio 42 à une entrevue en bonne et due forme avec un

représentant du service de l'information laisse croire en tout cas que la formule a de l'avenir.

Guy A. Lepage, qui obtient toujours beaucoup de succès en attirant sur son plateau les vedettes internationales de

**Encore une fois,
c'est Narcisse qui l'emporte,
et le défilé des ego
auquel on assiste
chaque semaine [à TLMEP] –
relayés désormais par autant
d'ego-tweets –
n'aurait pu trouver
de symbole plus éloquent
que la boule disco qui trône,
bien visible,
au-dessus du « forum ».**

passage à Montréal, les humoristes et les avocats de causes désespérées en tout genre, a par ailleurs avantage à leur adjoindre les acteurs privilégiés de l'actualité politique et sociale, question de maintenir au sein de son émission le précaire équilibre entre divertissement et information qui

lui donne son identité de concept « omni-bus ». Le populaire animateur a besoin d'eux autant qu'eux ont besoin de son « haut-parleur »; on se trouve donc dans une situation de *win-win*, comme le disent si bien les gestionnaires. Ce qu'il faut voir ici, il me semble, bien au-delà du « mélange des genres », c'est l'emprise spectaculaire des relations publiques aujourd'hui, et le triomphe concomitant de la complaisance qui naît de l'alliance tacite entre tous les joueurs qui profitent de cet état de choses. Le politicien en quête d'appuis populaires, s'il accepte le principe selon lequel sa prestation doit se constituer en performance pour cadrer à *TLMEP*, profitera, d'une part, du coude-à-coude avec des personnalités extrêmement populaires et, d'autre part, d'un cadre discursif ludique et bon enfant, dans lequel il est bien vu d'esquiver les questions difficiles par d'habiles pirouettes dans la mesure où celles-ci sont distrayantes et permettent de faire un bon show. La question souvent débattue des « biais » supposés de l'animateur (ouvertement nationaliste) est en fait bien peu pertinente en comparaison de ce cadre idyllique offert aux individus – politiciens ou non – les mieux conseillés par leur spécialiste de gestion de l'image pour tirer profit d'une mise en scène tout entière fondée sur la télégénie, réduisant

à sa plus simple expression le contenu du message. « Medium is the message », disait l'autre...

LA COMMUNAUTÉ VIRTUELLE S'ÉLARGIT

Le succès de *TLMEP* tient pour une bonne part à cette capacité jusqu'ici bien entretenue de constituer un « forum » où sont représentés, dans un format ludique et détendu – d'où l'importance du vin! –, les principaux domaines de l'actualité québécoise. La disposition des invités forme un cercle étroit qui se prolonge vers le public en studio, qui est lui-même distribué selon des cercles concentriques de plus en plus larges jusqu'à rejoindre, virtuellement, le cercle du public à la maison (d'ailleurs, les similitudes avec la disposition des bancs à l'Assemblée nationale sont particulièrement frappantes); le rituel de début d'émission, qui montre Guy A. Lepage se rendre à son siège d'animateur en serrant les mains des membres de l'auditoire qu'il croise, peut en ce sens être vu comme un effort de connivence, présent dès les premières émissions et qui marque bien les prétentions « identitaires » fortes du talk-show, cette volonté – même rhétorique, comme le montre bien le titre même de l'émission – d'inclure le public dans le forum, de le constituer comme son prolongement naturel et nécessaire. Il n'est pas du tout certain que le format original français, créé et animé par Thierry Ardisson, ait eu ce genre de prétention; le contexte télévisuel québécois, avec sa tradition des grands rendez-vous du dimanche soir, et le côté « tissé serré » d'un public qui aime se reconnaître dans des concepts rassembleurs, ont probablement joué ici autant que les particularités elles-mêmes de l'émission.

L'utilisation par Guy A. Lepage, depuis maintenant quelques mois, du réseau social Twitter pour suivre et commenter en direct – l'enregistrement se fait le jeudi soir – le déroulement de sa propre émission contribue à cette idée de forum élargi, et montre bien comment l'interactivité peut désormais s'appliquer à des contextes communicationnels pour lesquels elle n'avait pas d'abord été pensée. C'est quelque chose d'un peu surréaliste et d'assez troublant en effet que d'assister à une émission de *TLMEP* alors que fusent

les commentaires, le public – une toute petite partie, certes, mais qui est appelée à grossir – se constituant tout à coup en une sorte de « communauté seconde » qui donne corps pour une rare fois à l'idée de « public de la télévision », désignation éminemment flottante qui se définit au mieux statistiquement. Le public du cinéma est extrêmement concret, et le fait de voir un film au milieu d'une petite foule contribue fortement à l'aspect de « rituel public » de l'expérience; le contexte domestique dans lequel on regarde la télévision engage au contraire une pratique éminemment privée qui tend à évacuer cette dimension communautaire. La mise à profit de Twitter contribue en quelque sorte à placer la diffusion de l'émission en réseau et en temps réel, et par le fait même à rapprocher l'expérience télévisuelle d'une sorte de « happening » participatif dont la dimension sociale est incontestable.

Il faut voir par contre à quoi sert exactement la mise à contribution du réseau social: à part les interventions de 140 caractères de Guy A. Lepage lui-même, qui contribuent dans les meilleurs cas à préciser certains aspects du déroulement de l'émission peu visibles aux spectateurs, on a droit pour l'essentiel à un festival de commentaires peu pertinents ou carrément niais, dont la fonction semble être la plupart du temps de mettre « en valeur » leur auteur, qui use des moyens mis à sa disposition pour se faire voir (en clair, susciter une réaction de Guy A. Lepage). En réalité, cet usage est parfaitement cohérent avec l'esprit d'une émission qui se pose comme un forum ouvert sur l'actualité, près des intérêts des Québécois, mais qui dans un même temps joue autant qu'il le peut la logique du club « sélect », auquel ne sont conviés que quelques privilégiés, dont certains – des humoristes, en très grande majorité – ont droit à la carte « chou-chou », sorte de passe-droit universel qui consacre leur statut d'intouchables. Encore une fois, c'est Narcisse qui l'emporte, et le défilé des *ego* auquel on assiste chaque semaine – relayés désormais par autant d'*ego-tweets* – n'aurait pu trouver de symbole plus éloquent que la boule disco qui trône, bien visible, au-dessus du « forum », insistant rappel du fait qu'au royaume de la télévision de grande écoute, le divertissement est roi. 📺

