

La télé ivre d'elle-même

Pierre Barrette

Number 150, December 2010, January 2011

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/63263ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Barrette, P. (2010). La télé ivre d'elle-même. *24 images*, (150), 52–53.

LA TÉLÉ IVRE D'ELLE-MÊME

par Pierre Barrette

LA RENTRÉE 2010 À LA TÉLÉVISION QUÉBÉCOISE CONFIRME UNE TENDANCE JUSQU'ICI DISCRÈTE mais de mieux en mieux assumée par les programmeurs des réseaux : en effet, trois émissions ont pour sujet exclusif la télévision elle-même. Dans un cas (*C'est juste de la tv*, diffusé sur ARTV), il s'agit essentiellement de discuter de l'actualité télévisuelle, dans une perspective qu'on dit « critique » ; dans les deux autres cas (*Les enfants de la télé* à la SRC et *Fidèles au poste* à TVA), ce sont les archives qui sont mises en valeur, au sein de formats (un talk-show et un jeu) qui permettent de sortir des caves des deux grands réseaux généralistes francophones ce qui reste de notre mémoire mise en boîte. Une telle conjoncture est intéressante à plus d'un titre, mais c'est ce qu'elle dit de notre rapport à la culture et de la place qu'y tient la télévision qu'on voudrait mettre en relief ici.

Ce que ces émissions mettent en avant, chacune à sa façon, c'est l'idée d'une culture du petit écran qui tout à coup se conçoit comme telle, d'une mémoire partagée dont les dépositaires sont avides de se constituer en communauté dès lors qu'on leur en offre l'occasion. Le temps aura fait son œuvre ; les soixante ans d'existence du média ont fini par composer un univers auquel s'identifie fortement un public « fidèle », trop heureux de communier avec ferveur. En ce sens, la référence aux enfants n'est pas fortuite : pour la première fois de l'histoire de la télé, une majorité de gens sont nés et ont grandi avec elle, d'où l'espèce de nostalgie qui imprègne à chaque fois ces émissions, une nostalgie qui s'incarne dans le regard attendri et légèrement décalé qu'on y pose sur les images d'archives, exactement comme on le ferait devant un vieil album de famille, amusé par les drôles de chemises de l'oncle Robert et néanmoins saisi par l'émotion lorsque l'on retrouve ces figures jadis familières qui ont accompagné les diverses étapes de notre vie. Il est d'ailleurs fascinant de constater combien notre rapport à la mémoire cinématographique se construit tout autrement ; la cinéphilie est très proche du fétichisme, élaborant patiemment son objet, revenant avec régularité sur les éléments qui le constituent et trouvant dans l'enfance les premiers signes d'une passion souvent exclusive qui cherche rarement une confirmation dans le regard des autres. La téléphilie, si quelque chose de tel existe que ces émissions désigneraient, est un acte solidaire plus que solitaire, qui se nourrit de l'enthousiasme commun plus que de la passion individuelle.

CECI N'EST SURTOUT PAS À PRENDRE AU SÉRIEUX...

Cette spécificité de la culture télévisuelle est lisible en filigrane dans les trois concepts évoqués ci-haut. Par exemple, on retrouve dans le titre du plus ambitieux des trois – *C'est juste de la tv* – exactement le genre d'autodénigrement qui la caractérise si souvent. Pour qui connaît cette émission fort intéressante, fouillée et ouverte à des prises de position aussi courageuses qu'étonnantes à l'occasion, il est clair que tout dans son contenu contredit l'énoncé en question, notamment le sérieux avec lequel on y envisage l'objet télévisuel et l'évident sens critique qui anime ses chroniqueurs réguliers (Marc Cassivi, Anne-Marie Withenshaw et Liza Frulla). Le message implicite *a priori* qu'on livre de la sorte, c'est que la télévision n'est pas digne du méta-discours qui se construit par ailleurs explicitement sur le plateau de l'émission chaque semaine. Cette posture idéologique – qui veut que la télévision ne soit toujours *que de la tv* – renvoie possiblement à l'un des truismes les plus largement partagés à l'égard du petit écran : dans la mesure où elle est vue par tous et ne peut se réclamer d'aucune forme d'exclusivité, la télé constitue nécessairement un divertissement un peu idiot, vulgaire par le fait même de sa popularité. Qu'un talk-show consacré en outre à mettre en lumière les aspects les plus intéressants de la production actuelle partage ce préjugé nous en dit long sur son statut culturel encore fragile, en butte aux attaques les plus faciles.

Les émissions que proposent respectivement la SRC et TVA, pour leur part, assument le même genre de position mais d'une manière beaucoup plus directe et candide.

Ici, c'est la mémoire de la télé qui est convoquée sous la forme d'archives, mais la place qu'on attribue à ces dernières est en réalité parfaitement accessoire. *Les enfants de la télévision* (inspiré d'un concept français qui existe depuis une quinzaine d'années) se présente comme une synthèse entre les concepts d'*Ici Louis-José Houde* et de *Tout le monde en parle* : quatre personnalités y sont conviées autour d'une table par Véronique Cloutier et son fou du roi (Antoine Robitaille, par ailleurs très à l'aise dans le rôle) et chacun, à tour de rôle, est mis sur la sellette grâce à des extraits d'émissions ou de publicités au sein desquels il figure, rarement à son avantage, ce qui permet bien entendu à la discussion de s'animer et aux remarques faussement désobligeantes de fuser. On n'aime rien davantage sur ce plateau que retracer les premières apparitions télévisées un peu gênantes (petits rôles, figurations, apparitions dans des commerciaux douteux) de ces vedettes maintenant établies ; ce faisant, on travaille à illustrer tout ce qui nous sépare de cette époque révolue, dont la technologie déficiente et les coiffures bizarres semblent une source inépuisable d'ironie. Du côté de TVA, l'inspiration viendrait plutôt d'émissions comme *La fureur* ou encore *Fais-moi un dessin*, puisque deux équipes de personnalités s'y affrontent autour de jeux qui sont l'occasion de ressortir quelques vieux extraits « hilarants ». Dans les deux cas, cela est on ne peut plus clair, la mémoire collective consignée dans les images d'archives a pour fonction exclusive de faire rire, d'amuser, de se moquer, et le rapport au passé qu'on y entretient, s'il a la couleur de la nostalgie, prend la plupart du temps la forme de la dérision, qui est aussi la marque d'un présent obnubilé par lui-même.

LA MÉDIATION PAR LES VEDETTES : UN STAR-SYSTEM PROPUREMENT QUÉBÉCOIS

Mais ce que révèle encore davantage ces trois émissions, c'est la fonction médiatrice que jouent à la télévision les « vedettes » ; « nos » vedettes, devrions-nous dire, tellement le sentiment d'appartenance et de proximité exprimé ici est fort. Car enfin, lorsqu'il s'agit de parler du petit écran, d'en évoquer le passé récent, de travailler à en recomposer l'horizon d'attente particulier, c'est elles et exclusivement elles que l'on convoque, comme si leur présence seule suffisait à résumer tout ce qui confère au média son identité. Ainsi, bien que la nature des échanges y soit généralement assez loin de l'auto-complaisance caractéristique d'une majorité de *talk-shows* – où alternent en boucle, *ad nauseam*, la même cinquantaine de visages en mission pour vendre leur salade –, les concepteurs de *C'est juste de la tv* ont intégré au sein de l'émission un segment hebdomadaire dans lequel un invité est appelé à se prononcer sur un thème ou un enjeu propre à l'actualité de la télé. L'occasion était belle de sortir un peu des sentiers battus, de s'ouvrir à des points de vue différents ou divergents¹ ; pourtant,

la liste de personnalités qu'on a vues défiler sur le plateau depuis deux ans montre qu'on reste le plus souvent attaché à une vision des plus convenues. On peut se demander en effet ce que les Lise Dion, Louis Morissette, Normand Brathwaite, Éric Salvail et autre Sébastien Benoît pourraient nous apprendre

La mémoire collective consignée dans les images d'archives a pour fonction exclusive de faire rire, d'amuser, de se moquer, et le rapport au passé qu'on y entretient, s'il a la couleur de la nostalgie, prend la plupart du temps la forme de la dérision, qui est aussi la marque d'un présent obnubilé par lui-même.

de nouveau qu'ils n'ont pas déjà dit cent fois sur les multiples tribunes qu'ils fréquentent assidûment...

Par ailleurs, tout dans *Les enfants de la télé* et *Fidèles au poste* vient alimenter cette impression qu'en dehors de la célébrité, il n'est point de salut. Non seulement les per-

sonnalités rassemblées sur les deux plateaux sont nécessairement des habitués du circuit – ce type d'émission « impose » en quelque sorte des visages connus –, mais les images choisies par les chercheurs n'ont la plupart du temps d'autres raisons d'être que d'illustrer – souvent un peu à rebours, comme on l'a vu – le processus qui mène de l'anonymat à la notoriété, faisant la preuve au passage du pouvoir de la télévision à générer en vase clos et de toutes pièces le *star-system* dont elle se nourrit par la suite. La propension des programmes de télé-réalité à fabriquer à partir de rien de la notoriété, et la récente avidité des genres à se parodier eux-mêmes (*Le cœur a ses raisons, 3600 secondes d'extase, Et Dieu créa Laflaque*, etc.) nous avait déjà démontré combien la culture télévisuelle – envahissante et toute-puissante – s'achemine progressivement vers un état d'autosuffisance, son univers de référence se limitant peu à peu aux seuls éléments qui la constituent. Difficile en ce sens de ne pas voir, dans les nouvelles émissions évoquées ici, une preuve supplémentaire de cette tendance. ■

1. Des invités moins « connus » – c'est l'exception – sont parfois présents sur le plateau : Marc Zaffran (médecin, romancier, spécialiste des séries), Richard Therrien, critique au *Soleil*, etc. À chaque fois, étonnamment (!), la discussion autour de la table s'élève d'un cran...

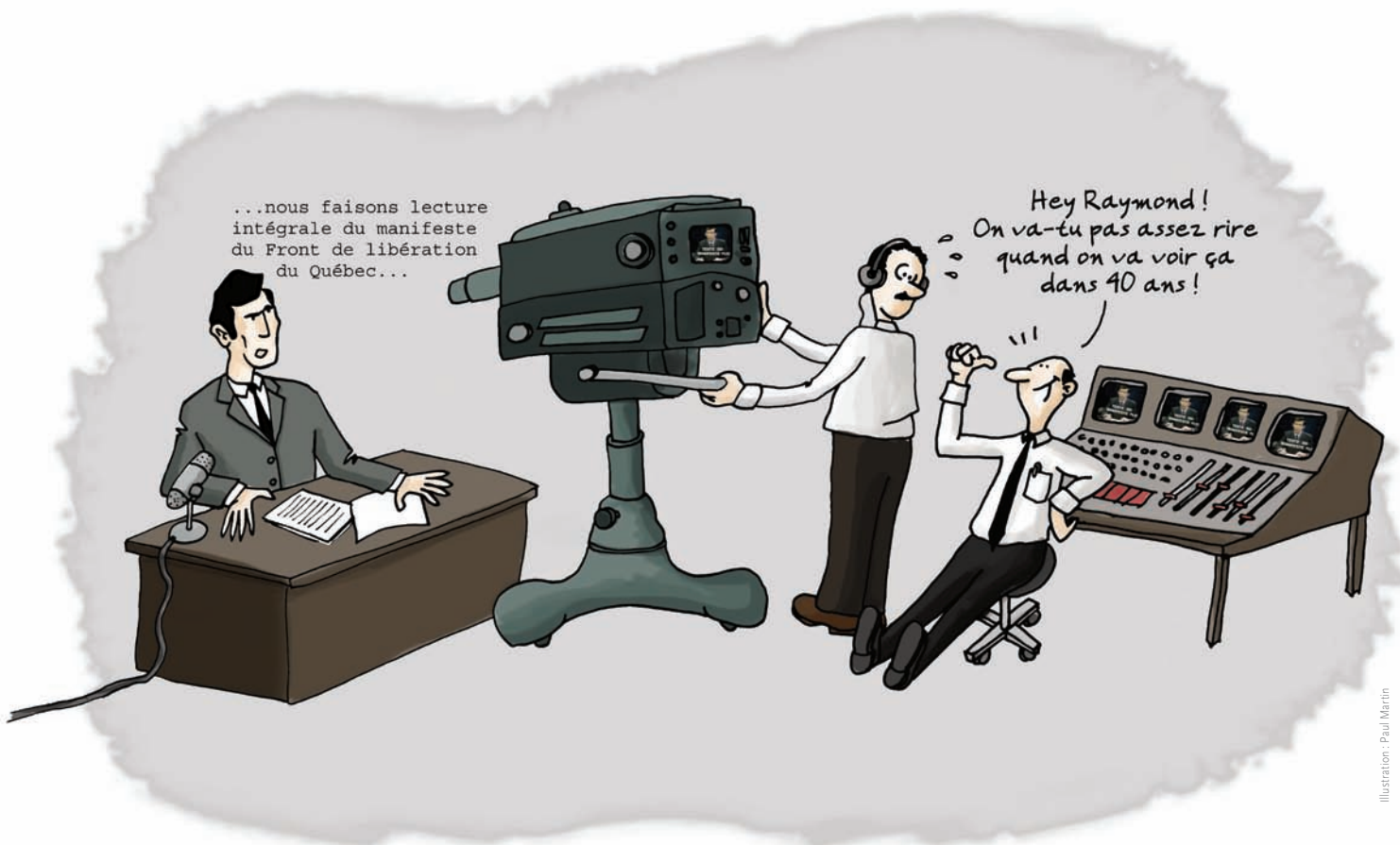


Illustration: Paul Martin