

Entre espaces privé et public : l'espace télé

Pierre Barrette

Number 154, October–November 2011

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/65114ac>

[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. (2011). Entre espaces privé et public : l'espace télé. *24 images*, (154), 50–51.

Entre espaces privé et public : l'espace télé

par Pierre Barrette

COMME EN TÉMOIGNENT CLAIREMENT LES PREMIÈRES DÉCENNIES DE LA TÉLÉVISION, IL FUT un temps pas si lointain où les sphères publique et privée constituaient deux espaces distincts, peu perméables l'un à l'autre. Cette séparation, qui prolonge naturellement l'ordre bourgeois institué au XIX^e siècle et dans lequel la famille sert en quelque sorte de rempart contre les périls du monde, n'est nulle part plus visible que dans la dyade sacrée qui est apparue dès les débuts de la télé québécoise entre le téléroman, tout entier consacré aux affaires privées de la famille, et le téléjournal, tourné vers les affaires publiques. Mais cette distinction semble aujourd'hui de moins en moins nette.

Plusieurs phénomènes propres à la télévision contemporaine signalent une mutation profonde des rapports privé-public, à commencer bien entendu par la multiplication des formats de télé-réalité qui, avec leur obsession de la « transparence », de l'authenticité et de la mise en scène de soi, tendent à brouiller ces frontières : un concept d'émission comme *Un souper presque parfait*, par exemple, fait du traditionnel souper entre amis – un rituel privé par essence – l'occasion d'un spectacle dont l'intérêt semble justement résider dans une sorte de « voyeurisme anthropologique », devenu un des aspects marquants de la culture télévisuelle actuelle. C'est en effet un des traits communs de ces émissions que de « rendre visible » ce qui ressortit au domaine du quotidien, du banal – voire du trivial –, mais aussi de mettre au jour tout un pan de ce qui jusqu'à récemment devait rester caché.

LE LIEU OÙ L'ON JOUE

Des émissions de jeux récemment conçues illustrent éloquentement la manière dont l'« espace télévisuel » s'impose aujourd'hui comme un tel lieu médian. Traditionnellement, les jeux télévisés ont été une des premières occasions de s'ouvrir au public pour les chaînes, réputées plutôt fermées ; c'est une stratégie attestée et extrêmement fréquente encore aujourd'hui que de mêler sur les plateaux de jeux quidams et vedettes, une façon de faire du studio une sorte d'espace de médiation mixte et convivial, à mi-chemin entre le salon des téléspectateurs et la tour dorée



Un souper presque parfait

(celle de Radio-Canada?) de l'institution télévisuelle. Le jeu *Remise à neuf*, en ondes depuis janvier dernier à V, pousse largement plus loin cette logique : ici, c'est l'animateur du quizz (Pierre Hébert) qui se rend chez les participants, et la plus grande part de l'émission se déroule (en deux segments distincts) « dans le salon » de ces derniers. Le concept du jeu semble à proprement parler parfaitement accessoire : les concurrents mettent en jeu une pièce de leur mobilier, qui sera remplacée par une neuve (gracieuseté des meubles Léon, « partenaire » incontournable de l'émission) s'ils réussissent à répondre correctement à quatre questions sur cinq. Mais l'enjeu véritable est clairement

ailleurs, dans ce voyeurisme évoqué un peu plus haut, apparemment lié au plaisir de pénétrer l'espace privé de ces gens, de violer en quelque sorte un peu leur intimité. L'animateur ne ménage rien en ce sens pour accentuer l'effet d'intrusion : il arrive « à l'improviste » et une fois dans la maison, ne se gêne pas pour faire le tour des pièces, ouvrir les armoires ou le réfrigérateur, émet des commentaires sur la décoration. Cette délocalisation du studio vers le domicile de simples quidams ne change pas innocemment le lieu de tournage : elle renforce sensiblement le pouvoir d'ubiquité du médium, montrant du même coup qu'il n'existe plus de rempart contre l'hégémonie de la caméra, son pouvoir

désormais illimité d'ingérence dans les affaires privées.

Dans un tout ordre d'idées, l'émission *Moment of Truth* (en français *Vérités-chocs*), diffusée pendant deux ans à la télévision américaine à la suite du succès de sa version originale colombienne (*Nada más que la verdad* : « Rien sauf la vérité »), même si elle se déroule pour sa part dans un studio traditionnel, radicalise d'une manière abrupte les aspects les plus effractifs de la télévision. Ce qui est touché ici, toutefois, ce n'est pas tant l'espace « physique » du logis que l'intimité psychologique des joueurs potentiels, qui doivent avant leur passage sur le plateau de l'émission répondre à 50 questions « très personnelles » et accepter que leurs réponses soient soumises à un détecteur de mensonge. Une fois engagées dans le jeu, certaines de ces questions leur sont retournées, selon un coefficient de difficulté – entendre d'intimité – croissant. C'est ainsi qu'au moment d'une ultime ronde de *Moment of Truth*, une femme a dû admettre, en la présence de son père, qu'elle le croyait coupable d'avoir eu des relations sexuelles avec des mineures ! On est loin du temps où les gros lots de la télévision se gagnaient en répondant à des questions sur la géographie ou l'histoire d'Angleterre, les connaissances objectives faisant alors foi de la qualité du joueur ; c'est ici sa plus totale transparence, son acceptation sans nuance des règles d'un jeu parfaitement indiscret qui détermine son succès. Autrement dit, le fait qu'il reconnaisse à la télévision ne pas avoir de vie privée.

UNE FENÊTRE OUVERTE SUR LE MONDE... OU TOURNÉE VERS L'INTÉRIEUR DES FOYERS

On attend des jeux et de la télé-réalité qu'ils repoussent la limite de l'acceptable ; cela fait partie de leur pouvoir d'attraction, qui est presque toujours lié à la « nouveauté » ou encore aux excès de leur dispositif. On ne peut toutefois pas en dire autant de l'information, notamment des bulletins de nouvelles dont la fonction, historiquement, est de rendre compte de la grande marche du monde. Fenêtre sur une actualité souvent très institutionnelle (politique officielle, mouvements ouvriers, économie mondiale) ou naturelle (catastrophes, tempêtes, etc.), le TJ s'est longtemps tenu loin de la sphère privée, jugée « hors

limites » et frappée d'une série d'interdits, dont celui qui touche à la vie personnelle des célébrités. Nul besoin de faire la preuve qu'en ces matières, les choses ont beaucoup changé. Le phénomène de la *peoplisation*, comme l'appellent les Français, montre en outre que même la sphère politique est aujourd'hui l'objet d'une intense « privatisation » : dans l'objet même de la nouvelle, dans sa facture, dans la manière dont elle circule au sein de l'espace public, l'information refuse de plus en plus la séparation des sphères. La part importante qu'occupent les faits divers (il faut avoir vu le déchaînement de passions suscité par l'affaire Turcotte) dans le bulletin de nouvelles n'est que la pointe de l'iceberg, car l'essentiel est encore ailleurs, dans la conception même du politique que véhicule l'information : même

Le phénomène de la peoplisation, comme l'appellent les Français, montre en outre que même la sphère politique est aujourd'hui l'objet d'une intense « privatisation » : dans l'objet même de la nouvelle, dans sa facture, dans la manière dont elle circule au sein de l'espace public.

la plus publique des nouvelles n'existe que dans la mesure où elle arrive à concerner le quidam « personnellement », selon des paramètres qui touchent à son mieux-être immédiat. C'est en outre ce qui explique que la consommation et ses multiples incarnations, la santé, l'éducation (surtout lorsqu'il s'agit de la hausse des frais de scolarité ou du mauvais service offert aux « élèves-clients » et à leurs parents contribuables) constituent aujourd'hui les préoccupations principales de l'institution journalistique, et *a fortiori* des journalistes télé.

On comprend ainsi mieux l'obsession actuelle de la télévision pour la décoration (*Le mariage des meubles*), la rénovation (*Vendre ou rénover*), les finances du couple (*Till debts make us part*), l'aménagement paysager (*L'espace d'un été*), la gestion écologique des déchets (*Billets verts*) et le



reste. Peut-être en partie à cause de la position même du téléspectateur, qui regarde (encore) massivement la télévision dans le confort de son foyer, il existe une sorte de contiguïté nécessaire entre cet espace et celui – aisément transposable – de la représentation au petit écran. Mais on est aussi en droit de se demander si le dispositif télévisuel, qui impose en quelque sorte l'ubiquité de son regard depuis une position toute domestique, ne contribue pas à nourrir cette culture de l'« intime », dont on a vu qu'elle concerne aussi la sphère psychologique, partout transposée à la télévision. Même les séries de fiction, que nous avons volontairement mises de côté ici, semblent corroborer cette hypothèse ; lorsque les mafiosi (*The Sopranos*) se retrouvent sur le divan du psychanalyste pour parler de leurs déboires familiaux, ou qu'une série entière (*In Treatment*) se cloisonne dans le bureau d'un thérapeute pour suivre au jour le jour le cheminement de quelques patients, c'est que le repli généralisé dans la vie privée ne fait plus aucun doute.

De citoyen du monde, le téléspectateur idéal de la télévision serait-il est en passe de devenir exclusivement l'habitant de ses cinq cents mètres carrés ? ■