

## Des choses qui nous tiendront ensemble

Catherine Dorion

---

Numéro 300, été 2013

Nous ne sommes pas seuls

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/69416ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

Éditeur(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (imprimé)

1923-0915 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

Citer cet article

Dorion, C. (2013). Des choses qui nous tiendront ensemble. *Liberté*, (300), 27–29.

# DES CHOSES QUI NOUS TIENDRONT ENSEMBLE

Retrouver le sens de la communauté  
en rejetant la culture de la piasse.

CATHERINE DORION

**I**L N'Y A PLUS que les pauvres habillés avec de gros manteaux pognés à l'Armée du Salut qui sont communautaires, avec leurs affaires de groupes communautaires, vous savez, ceux qui font des choses ensemble avec leur temps qui ne vaut rien, ceux qui n'ont pas de valeur outre celle que leur accordent leurs quelques amis pas-de-valeur non plus?

Je sais bien que nous ne pensons pas ça... consciemment. Pourtant, dans nos gestes et nos rapports humains au jour le jour, tout indique que la valeur d'une personne n'existe que si elle est quantifiable en piasses. Observez-vous la prochaine fois que vous parlerez à quelqu'un d'« important » et la prochaine fois que vous parlerez à un itinérant. Dans le premier cas, vous aurez presque le cœur qui pompe, vous trouverez que le moment est digne d'y mettre toutes vos capacités personnelles. Dans le deuxième, vous ne vous en souviendrez plus trois minutes après.

Il est, dans ce contexte-là, normal que l'angoisse de tout le monde soit de faire augmenter sa valeur quantifiable. À quel point vous veut-on? Il existe une unité de mesure pour ça : la piasse. Comme on a constamment besoin de savoir où l'on se situe par rapport aux autres, on adore les unités de mesure, parce qu'elles nous permettent de nous comparer les uns les autres. C'est notre souci existentiel d'animal social. Écoutez comment les gens s'arrêtent subtilement de faire du bruit quand une personne demande à une autre, avec une nonchalance un peu feinte : « Tu gagnes combien par année, toi? »

Nous sommes une meute de loups. Certains ont la queue en l'air, d'autres l'ont entre les pattes, d'autres encore la tiennent à mi-hauteur.

Ce qui nous amène au dogme.

Le dogme contemporain arrive avec l'attirail ordinaire de l'idéologie. Ses préceptes nous sont répétés *ad nauseam*; dans les journaux, sur d'immenses panneaux en bordure des autoroutes, sur le moindre écran (et les écrans sont partout), dans le métro, qu'importe où notre œil se pose, où notre oreille

s'ouvre. On donne à cette répétition le nom de « publicité » (parce que « propagande », quand même, ça fait un peu trop hitlérien, ou stalinien, enfin, ça fait control freak un peu) et c'est elle qui, artificiellement, maintient le dogme en santé dans la tête des gens. Elle le cultive à la surface de notre cerveau, nous empêchant de creuser et de chercher au fond de nous-mêmes ce que nous pourrions désirer d'autre qu'un mascara qui donne des cils d'apparence 70 % plus longs et qui nous permettra de recevoir plus d'amour la prochaine fois qu'on sortira dans un bar.

Et, pour revenir au sujet de notre article, il est assez symptomatique que ce qu'il reste de communautaire chez nous se retrouve majoritairement chez ceux qui valent zéro piasse. Les autres sont affranchis de cette nécessité communautaire. Pourquoi demander à des amis de venir peindre les murs de sa nouvelle maison quand on a l'argent pour payer des gars? Demander à un ami de venir peindre, c'est contracter une dette de « services communautaires rendus » qu'on devra rembourser un jour lorsque l'ami en question nous demandera de garder son bébé. Et garder un bébé, ça représente du temps – de l'argent – et nous n'avons plus le loisir d'en perdre. Si nous voulons arriver, si nous voulons éviter de finir la queue entre les pattes comme le dernier des loups... Les liens communautaires, ces ententes continues qu'on établissait entre nous en dehors du marché, sont en train de perdre tout leur attrait. Nous ne disposons plus d'assez de temps pour perdre un après-midi ou deux par semaine à enseigner le violon à un ami juste pour le fun.

Les liens qui nous unissent sont de plus en plus imbibés de cash. Mais qu'est-ce qui nous liait exactement avant que l'argent n'avale tout?

Un liant. C'est ça, une culture : la nature des liens qui unissent les gens. On sait que les Québécois ont une culture à eux, mais on la sent faiblir comme si on l'avait bleachée pour pouvoir la teindre d'une nouvelle couleur. C'est qu'une nouvelle culture est arrivée dans le package du dogme, une culture qui

est imposée et continuellement renforcée par la publicité et par ceux qui la payent. Pourquoi nous impose-t-on cette culture artificielle, inorganique, génétiquement modifiée ?

La réponse, toujours la même : le pouvoir.

Pendant la guerre du Vietnam, les États-Unis se rendent compte qu'ils ont beau tuer un énorme mouton de Vietnams, ceux-ci se régénèrent comme des zombies, les nouvelles recrues surgissant constamment de nulle part. Les Américains décident alors d'une politique de « *winning the hearts and minds of the people* » par laquelle ils espèrent, avec force propagande, convaincre la population vietnamienne de cesser de s'enrôler contre eux. C'est à la même époque que les grands financiers se réunissent à New York pour décider de consacrer des sommes astronomiques à la guerre idéologique contre le *flower power* et le mouvement antiguerre afin que l'impérialisme économique américain suive son cours (ces financiers créeront d'ailleurs une série de *think tanks* qui sévissent encore aujourd'hui dans les débats politiques américains et du monde entier). Vingt ans plus tôt, à la fin de la Seconde Guerre mondiale, quand Staline, Roosevelt et Churchill se divisaient le monde, Staline était agacé par les références constantes de Roosevelt à l'opinion publique américaine. Il répliquait, avec la plus grande simplicité du monde : « Un peu de propagande arrangera tout ça. »

L'argent permet de faire pousser des idées dans la tête des populations. Gagner les cœurs et les esprits, ça se fait en jouant de façon artificielle sur les réflexes culturels d'un groupe de gens afin d'orienter ses réflexes.

On se sert pour cela d'images, de mots, de musiques – bref, on se sert de tout ce qui fait *sens* dans une culture. C'est ainsi que le sens – ce bien commun par excellence, cette création originelle commune – se fait piller éhontément. C'est triste, mais ce n'est pas le plus tragique. Le plus tragique, c'est que la publicité est tellement omniprésente et enva-

hissante que tous les messages qui ne sont pas backés par un gros tas de cash passent complètement inaperçus en comparaison. La liberté d'expression est-elle encore liberté d'expression lorsque le bruit du dogme est à ce point assourdissant que les humains, avec leur simple voix, ne sont plus capables de se faire entendre de leurs congénères ? S'il n'y a plus d'expression autre que celle qui tombe des haut-parleurs, qu'arrive-t-il des communautés qu'une autre culture cimentait et définissait ? Dans les bars, il n'y a plus d'espace pour le musicien qui voudrait jouer pour les autres. La musique tombe d'une machine, poussée par une industrie qui l'a fait atterrir là ainsi que dans tous les bars du monde en même temps. À Kazan, capitale du Tatarstan, j'ai rencontré un couple qui avait été élevé en langue tatare, mais qui parlait russe à son enfant. Je leur ai demandé si ça leur faisait quelque chose de laisser tomber leur langue maternelle. Ils m'ont dit : « Tous les mots qui sont arrivés dans la langue pendant l'époque soviétique

sont en russe. La langue tatare n'est plus à jour. Elle a cessé de créer ses mots pendant trop d'années. C'est plus simple de prendre ce qui l'a remplacée. »

C'est ainsi que s'effoient les cultures qui se font bouffer leur espace de création. Nous ne sommes pas idiots, nous sentons bien que nous sommes en train de perdre nos réflexes et notre capacité de création. Nous savons que notre liant s'égrène sous la pression du dogme. Alors nous essayons de poser des digues. « Préservons notre culture ! » Mais la culture n'est pas faite pour être muséale. Si elle n'est pas constamment en train d'inspirer et d'expirer de l'air nouveau, elle meurt. Si une communauté cesse de créer ses propres mots, sa propre musique, ses propres représentations du monde, sa culture meurt. Et une communauté qui n'a plus de liant n'est plus une communauté.

Nous restons là, sur le quai, avec notre soif de liant.

Et la publicité instrumentalise cette soif pour nous vendre sa vision dogmatique de l'existence. Cercle vicieux. Je ne vois qu'une solution. Rejeter cette culture invasive comme on a rejeté le clergé au Québec, comme on a rejeté les communistes en Europe de l'Est, comme on a rejeté d'autres cultures dogmatiques en quête de contrôle des cœurs et des esprits. Parce que cette culture inorganique écrase le pouvoir créatif qui se situe *entre* les individus, annihile la force de la communauté, nous isole, nous désoriente, nous gave, nous fait croire qu'elle calmera notre faim, mais nous avons encore faim. Et c'est précisément cette faim que le dogme continue d'exploiter, comme un

marchand de cigarettes. Il faut rejeter cette culture et pas uniquement parce qu'elle est un poison. Il faut la rejeter pour faire le vide. Oui, ils seront nombreux ceux qui crieront, comme à l'époque des Indignés : « Rejeter, OK, MAIS QUE PROPOSEZ-VOUS, GANG DE CHIALEUX ? » Je ne propose rien. Sinon du vide. Je propose de faire de l'espace. Juste ça, c'est révolutionnaire.

Comme il faut à l'artiste beaucoup de liberté et d'espace mental pour que l'inspiration lui vienne, il faut à la société une grande dose d'espace libéré pour créer et vivre sa culture.

Je pense que nous avons soif de redevenir les créateurs naturels de culture que nous étions avant que les dogmatiques ne s'imposent dans nos têtes pour les remplir à ras bord de leurs luttes de pouvoir. Je pense que nous avons soif de créer librement entre nous des choses qui nous tiendront ensemble, des choses qui nous feront palpiter de concert, des choses qui nous rappelleront qu'un peuple, uni... (vous connaissez la suite). **L**

Auteure et comédienne, Catherine Dorion s'est surtout fait connaître pendant la dernière campagne électorale alors qu'elle se présentait pour Option nationale dans Taschereau. Elle est aussi slameuse et ses textes d'opinion ont été publiés dans un grand nombre de journaux et revues, tels *Le Devoir*, *La Presse*, *Voir*, *Relations* et *L'Action nationale*.

Si une communauté cesse de créer ses propres représentations du monde, sa culture meurt.

