

## Dieu seul me voit

Yves Rousseau

---

Numéro 103-104, automne 2000

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/23814ac>

[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. (2000). Dieu seul me voit. *24 images*, (103-104), 83–84.

## DIEU SEUL ME VOIT\*

PAR YVES ROUSSEAU

\* en créole, un «Dieu seul me voit» désigne une séance de masturbation.



Notre époque possède une caractéristique nouvelle, directement issue des développements médiatiques: la possibilité d'accéder à la célébrité d'une manière quasi instantanée. Ce culte annoncé par Warhol a ses églises (télé, magazines), ses curés (animateurs et présentateurs), ses symboles (les gens qui participent à ces émissions) et ses fidèles, dont ont été habilement stimulées les tendances voyeuristes.

La télé américaine, avec les moyens qu'on lui connaît — hénarques — se met à l'heure du Grand Frère. Des citoyens se jettent délibérément devant l'œil des caméras. Nouvel avatar de la célébrité instantanée, la VTV (Voyeur Television) débarque sous la forme grand public, forcément édulcorée dans la représentation mais survitaminée dans le dispositif.

Deux versions ont attiré mon attention: *Big Brother* et son pendant exotique *Survivor*. Vous vous souvenez de *Pignon sur rue*? Huit jeunes fraîchement débarqués à Montréal vivaient sous l'œil des caméras. *Big Brother* fait tout en plus grand, plus gros, coupe les participants de l'extérieur (on n'est pas loin de la prison ou de l'expérience de laboratoire) tout en promettant une forte somme à celui ou celle qui résistera aux votes d'exclusion. De plus, la présentation de segments *live* occupe la part congrue du show puisque le déroulement de l'émission est sans cesse interrompu par des entrevues avec une brochette de spécialistes. Un expert de Las Vegas viendra même établir les cotes de probabilité de survie des participants, les proches sont interviewés par une animatrice dynamique. Tom, le mari d'une participante, exaspéré de voir leur relation

exposée à des millions de gens avec force détails mesquins, lira une lettre pour donner son point de vue et un psychologue va dissenter sur leur relation en ondes. Non seulement le public peut voter pour exclure des participants, mais ces derniers votent entre eux en expliquant les raisons de leur geste. Invariablement l'exclu(e) est présenté(e) comme une bonne personne mais qui s'intègre mal au groupe. Il n'est pas rare que deux participants s'auto-excluent mutuellement, toujours au nom des valeurs du groupe. Les votes des téléspectateurs diffèrent souvent de ceux des participants. Ces derniers ont tendance à exclure ceux qui prennent le plus de place (et font donc un meilleur show) alors que les téléspectateurs voudront garder les fortes têtes. Vu sous cet angle, le rêve du participant serait une communauté où rien n'arriverait, ce qui ferait évidemment fuir le spectateur/voyeur, toujours à l'affût de l'accident, de l'engueulade ou d'une scène croustillante. Écartelée entre ces désirs antagonistes, l'émission frustre autant les participants que les télévoyeurs.

*Survivor*, produite par Fox, transpose ses participants dans le cadre exotique des mers tropicales. Seize Robinson divisés en deux tribus (les Pagong et les

Tagi) vivent sous l'œil des caméras le mythe de l'île déserte assaisonné à la sauce américaine. Sans technologie, ils doivent construire et entretenir leurs abris, trouver leur nourriture (la production, pas chiche, leur fournit la base: du riz blanc) et participer à diverses épreuves d'endurance physique. Du point de vue du spectacle, *Survivor* est infiniment plus divertissant que *Big Brother*, ne serait-ce que par son décor de plages et de cocotiers; la pêche au harpon et les virées en pirogue peuvent éveiller le Tarzan qui sommeille en nous. De plus, le montage est d'une efficacité propre à faire douter de la spontanéité des actions et dialogues qui sont montrés avec musique appropriée pour nous tirer davantage du côté de la fiction. Voilà pourquoi ces productions tiennent bien plus du voyeurisme soigneusement mis en scène que de toute forme de réel. Faut-il enfin rappeler que la durée de ce qui est effectivement montré n'a rien à voir avec la durée des enregistrements? Nous n'avons droit qu'à ce qu'on veut bien nous présenter. Pour en voir plus, il faut passer par Internet. Vous avez le temps, vous, de consacrer des heures à attendre qu'il se passe quelque chose?

Dans l'émission que j'ai captée les deux tribus se réunis-



saient. L'une est plus industrielle, l'autre plus encline à profiter du bon temps. Les individualités sont cependant bien marquées, tant par l'âge que par le milieu dont ces gens sont issus. Des leaders sont clairement démarqués du groupe, les solitaires (souvent les personnalités les plus intéressantes) sont, comme chez *Big Brother*, les premiers visés par les votes d'exclusion. Poussés par la compétition, autant pour rester le plus longtemps possible dans l'émission qu'à cause des épreuves que les organisateurs du jeu leur font subir, il est clair que nos cobayes ne réinventeront pas la vie en société. Tout est mis en œuvre pour que les plus forts gagnent. Autre décor, mêmes mœurs.

## Comment en sommes-nous arrivés là?

On pourrait analyser de la sorte d'autres émissions comme *The Real World* et arriver aux mêmes conclusions. Les réseaux américains ont tendance à s'imiter les uns les autres et la mode, cet été, c'est le VTV. Cette explosion est l'aboutissement d'un long processus qui procède autant de la technologie que de la sociologie: d'une part, il y a eu la miniaturisation des caméras combinée avec le développement (pour usage militaire au départ) de systèmes de vision nocturne; d'autre part s'est opérée la préparation des esprits nécessaire à ce que des gens se passionnent à regarder des bandes de caméras de surveillance.

Ces caméras se sont progressivement immiscées dans tous les espaces, qu'ils soient

privés ou publics, toujours, selon le discours officiel, pour le bien du plus grand nombre, au nom de la sécurité des biens plus que des personnes (c'est pour ton bien qu'on te pique des images), même si la différence semble s'amenuiser entre corps et marchandise. Il est désormais habituel de voir des caméras partout: aux carrefours, dans les entrées d'immeubles, magasins, banques, dans les stationnements, places publiques et même dans les toilettes. Des émissions font depuis longtemps leur beurre de vidéos amateurs loufoques ou carrément abjects: votre voisin vous filme dans une situation compromettante et expédie la bande à une station locale qui fait dans le sensationnalisme. Désormais on peut directement passer sur Internet, les télévisions ayant été échaudées par des procès pour atteinte à la vie privée. Ces émissions sont d'ailleurs un croisement entre la formule Webcam, les films d'Andy Warhol et les soaps les plus classiques.

Mon premier contact avec une caméra de surveillance a eu lieu dans un supermarché. Dans chaque allée un hémisphère noir recouvert de protubérances globuleuses était suspendu au plafond. J'étais bien jeune et j'ai eu le réflexe de fixer l'objet, me

demandant qui pouvait bien passer son temps à regarder ces images de gens qui poussent leurs paniers en l'emplissant de denrées. Je me souviens de l'écriteau «Souriez! Vous êtes filmés» (qui est déjà une injonction à transformer le réel en spectacle) et du mélange de fascination et de culpabilité latente (qui ne m'a jamais vraiment quitté chaque fois que je regarde la télé) puisque j'étais conscient que la fonction première, le rôle officiel de cet appareillage sophistiqué était de prévenir le vol. Plus tard j'ai compris qu'il était davantage question de répression que de prévention, bref que la caméra de surveillance était loin d'être innocente malgré l'apparente neutralité du point de vue. Mais on confond souvent, dans cette ère du steadycam, fixité avec neutralité.

La présence du moniteur bien visible (raffinement apporté par le dépanneur) ajoute à l'expérience une dimension narcissique. Non seulement la caméra filme pour de vrai (puisque la seule présence de l'objet devrait théoriquement décourager les velléités d'atteinte à la propriété), mais tout le monde peut désormais se prendre pour un agent de sécurité. Il n'y a qu'un pas à franchir pour qu'apercevant son image *live* au comptoir du dépanneur, le client

anonyme en tombe amoureux. Le passage du narcissisme à l'exhibitionnisme est l'étape logique suivante. On veut voir, on découvre qu'on peut se voir et par extension, se montrer.

Si les motivations personnelles sont aussi nombreuses que les candidatures à *Big Brother*, deux sont communes à la plupart des participants à ce type de mise en scène. La vénalité (prix de 500 000 \$) est omniprésente quoique plus banale, ayant existé de tout temps.

Notre époque possède une caractéristique nouvelle, directement issue des développements médiatiques: la possibilité d'accéder à la célébrité d'une manière quasi instantanée. Ce culte annoncé par Warhol à ses églises (télé, magazines), ses curés (animateurs et présentateurs), ses symboles (les gens qui participent à ces émissions) et ses fidèles, dont ont été habilement stimulées les tendances voyeuristes.

Pour Nietzsche, Dieu est mort; mais plusieurs veulent avoir son job, et s'il est vrai qu'il pouvait tout voir, *Big Brother* est bien parti pour le remplacer. Cependant, le coquin ne nous montre pas tout, n'a rien à révéler sinon qu'il faut y croire. Il n'existe que parce qu'on le regarde. ■

