

Présentation. Les médias pensent-ils?

Martine-Emmanuelle Lapointe

Number 219, March–April 2008

Les médias pensent-ils?

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/16969ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Spirale magazine culturel inc.

ISSN

0225-9044 (print)

1923-3213 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Lapointe, M.-E. (2008). Présentation. Les médias pensent-ils? *Spirale*, (219), 15–15.

es médias pensent-ils ? La question est provocante et mérite sans doute d'être nuancée. Ne juxtapose-t-elle pas deux mots piégés, *médias* et *penser*, qui exigent à eux seuls d'infinis développements terminologiques... Entendons-nous d'emblée sur le sens ou sur l'étendue conceptuelle qu'ont ces deux mots dans le présent contexte : *médias* sera conçu au sens large, incluant autant la télévision, la radio que le cinéma documentaire et l'Internet. Le mot *penser* sera, quant à lui, défini de la manière la plus sobre et la plus ouverte qui soit, désignant simplement le fait d'appliquer son esprit à concevoir quelque chose. Sous ces deux mots, il ne faudra donc pas chercher de jugements de valeur ou de hiérarchies voilées qui révéleraient encore une fois les partis pris d'une certaine élite.

Néanmoins, nombreux sont les intellectuels qui affirment que la pensée a déserté les médias. La littérature et la philosophie auraient pour ainsi dire disparu des chaînes radiophoniques, cédant leur place à la *culture* au sens large. La télévision serait devenue le lieu de débats stériles autour de sujets sensationnalistes et consensuels. Les journaux, vitrines des corporations auxquelles ils appartiennent, accorderaient plus d'importance aux aveux publicitaires d'une chanteuse ou d'un acteur qu'à la véritable critique des œuvres contemporaines. Chassée, répudiée, bâillonnée, la pensée se réfugierait désormais dans les interstices et les recoins de la grande sphère médiatique, voire dans les revues universitaires, les magazines culturels à tirage limité, les radios Internet quasi clandestines, ne laissant affleurer à la surface que ses versions les plus digests. En somme, comme l'écrivait Guy Debord dans *La société du spectacle*, « [l]'ensemble des connaissances qui continue de se développer actuellement comme pensée du spectacle doit justifier une société sans justifications, et se constituer en science générale de la fausse conscience. Elle est entièrement conditionnée par le fait qu'elle ne peut ni ne veut penser sa propre base matérielle dans le système spectaculaire » (Paris, Gallimard, « Folio », 1992 [1967], p. 188).

Tragiques, crépusculaires, dénonçant la vacuité de la culture médiatique, ces constats n'en demeurent pas moins fort radicaux et doivent être interrogés. Si le présent dossier est en partie consacré à une critique — sévère et lucide — des publications, des émissions de télévision et de radio grand public qui prétendent penser, il s'attache également à la présence de la réflexion intellectuelle dans certains médias. N'y aurait-il pas lieu de s'attarder à *ce qui pense encore* ou à *ce qui pense autrement* dans les médias largement diffusés ?

Le dossier rassemble des articles qui s'inscrivent dans deux perspectives différentes mais complémentaires. Plusieurs auteurs — le sujet sans doute s'y prêtait — privilégient une approche plus synthétique qui vise à établir une sorte d'état des lieux. Certains jugent sévèrement l'espace médiatique. Mathieu Arsenault, dans un article intitulé « Le mauvais critique », se propose de retracer le parcours de trois figures stéréotypées — l'« idiot culturel », l'« amant de la culture transparent » et la « vierge culturelle » — dans les émissions culturelles québécoises diffusées au cours des dernières années, tandis que Nicolas Lévesque s'attarde aux « écrans de protection » qui isolent le spectateur et l'empêchent de quitter son scaphandre, son chez-soi. Ces constats sont en quelque sorte nuancés par Étienne Beaulieu qui, dénonçant la séparation des cultures élitiste et populaire, rappelle à juste titre que « si l'état de pure nature [est] une fiction philosophique, celle

d'une pensée non médiatique [est] une fable également impossible à situer dans l'histoire ». Dans un entretien qu'il a accordé à Nicholas Hauck, Andrew Feenberg, auteur de nombreux ouvrages sur la philosophie des médias et détenteur de la Chaire de recherche en philosophie de la technologie de l'Université Simon Fraser, réfléchit notamment à la présence de l'Internet dans les universités.

À ces contributions plus générales, s'ajoutent des analyses d'objets et de phénomènes médiatiques clairement circonscrits. Pour Hélène Hotton, la populaire série télévisée *CSI* offre une lecture singulière du Mal contemporain, désormais dépiqué grâce à des techniques scientifiques ultra-sophistiquées qui tiennent parfois lieu de pensée. La documentariste indépendante Michelle Mason se penche sur les conditions d'existence d'un cinéma documentaire national en évoquant, entre autres, le phénomène de l'*Open Cinema*. Le rôle de l'intellectuel dans les médias et dans l'espace public constitue le thème des deux derniers articles du dossier. David Dorais s'attarde aux émissions de critique littéraire et tente de réfléchir sur le média le

Les médias pensent-ils ?

mieux adapté au genre. Martine-Emmanuelle Lapointe recense quant à elle le dossier « Penser les médias » du magazine philosophique *Médiane* et la rubrique « Médias et société » de la revue électronique *Hors champ*.

Malgré les sujets divers qu'il rassemble, ce dossier est tout de même traversé par un constat récurrent. Sans être allergiques à la pensée, les médias grand public n'offrent que très rarement des espaces réservés à la discussion, aux débats et à la libre critique. De plus en plus, ces espaces se retrouvent sur le Web (qu'il s'agisse de la revue *Hors champ*, de Radio Spirale ou de l'*Open Cinema*) et sont condamnés à une autre forme de marginalité. Sans adopter un ton catastrophiste, presque tous les auteurs de ce dossier espèrent en l'avenir et souhaitent que la disparition de certaines émissions culturelles dans les médias publics et privés ne soit que passagère. ●