

## Le zappeur veut-il quelque chose?

Michèle Garneau

Numéro 54, printemps 1991

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/22768ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Garneau, M. (1991). Le zappeur veut-il quelque chose? *24 images*, (54), 4–7.

# LE ZAPPEUR VEUT-IL QUELQUE CHOSE?

PAR MICHÈLE GARNEAU

*L'ambiguïté même de la télévision et le rôle central qu'elle joue dans la politique contemporaine en fait une force politique complexe et imprévisible.*

Douglas Kellner, *Television and the Crisis of Democracy*.

*Ceux qui croupissent  
Ceux qui voudraient manger pour vivre  
Ceux dont on prend les empreintes  
Ceux qu'on fait sortir des rangs au hasard et qu'on fusille  
Ceux qu'on fait défiler devant l'arc...*

Jacques Prévert *Paroles*

## BERNARD DEROME N'EST PAS PRÉVERT

Si les 7 000 faux morts de la Roumanie ont bel et bien existé à la télévision pendant plusieurs jours, les 4 000 vraies victimes civiles de l'invasion du Panama, elles, n'ont pas eu droit à l'existence télévisuelle de leur mort. Certes, on ne peut pas demander au journal télévisé de faire chaque soir la couverture de tous les morts de la planète. Imaginez un instant Bernard Derome — qui n'est pas Prévert — faire quotidiennement le décompte des morts, portés disparus, torturés, assassinés, déshydratés, affamés, bombardés et intoxiqués d'une seule journée! Si on sait statistiquement à quel cadence ça meurt journellement sur la planète, on n'est malheureusement pas toujours là — les endroits de diffusion ne se trouvant pas dans les régions où on meurt le plus et sans relâche — pour en faire des images. Handicap tragique de la télévision qui, quand elle n'a pas d'images, préfère s'abstenir. Et il y a deux manières de s'abstenir. Il y a celle qui consiste à s'abstenir de parler d'une guerre parce qu'on a pas d'images et celle qui consiste à s'abstenir d'en faire pour ne pas avoir à en parler. Dans un article intitulé «La télévision loin des fronts» Ignacio Ramonet écrit que «depuis les années 80 aucune puissance occidentale engagée dans un conflit n'a permis à la presse, encore moins à la télévision, de voir la guerre de près». On a tiré les leçons du Vietnam. «De toutes ces guerres, ajoute Ramonet, pas d'images ou alors seulement celles prises sous le contrôle des armées»<sup>1</sup> Bien sûr il y a les stock-shot, les images-choc à thèmes variables que l'on ressort quand l'actualité l'exige. Les images de famine d'Afrique par exemple, qui reviennent de temps en temps, comme pour boucher les trous, les images de ces petits enfants qui ont des mouches plein la bouche, vous connaissez sûrement.

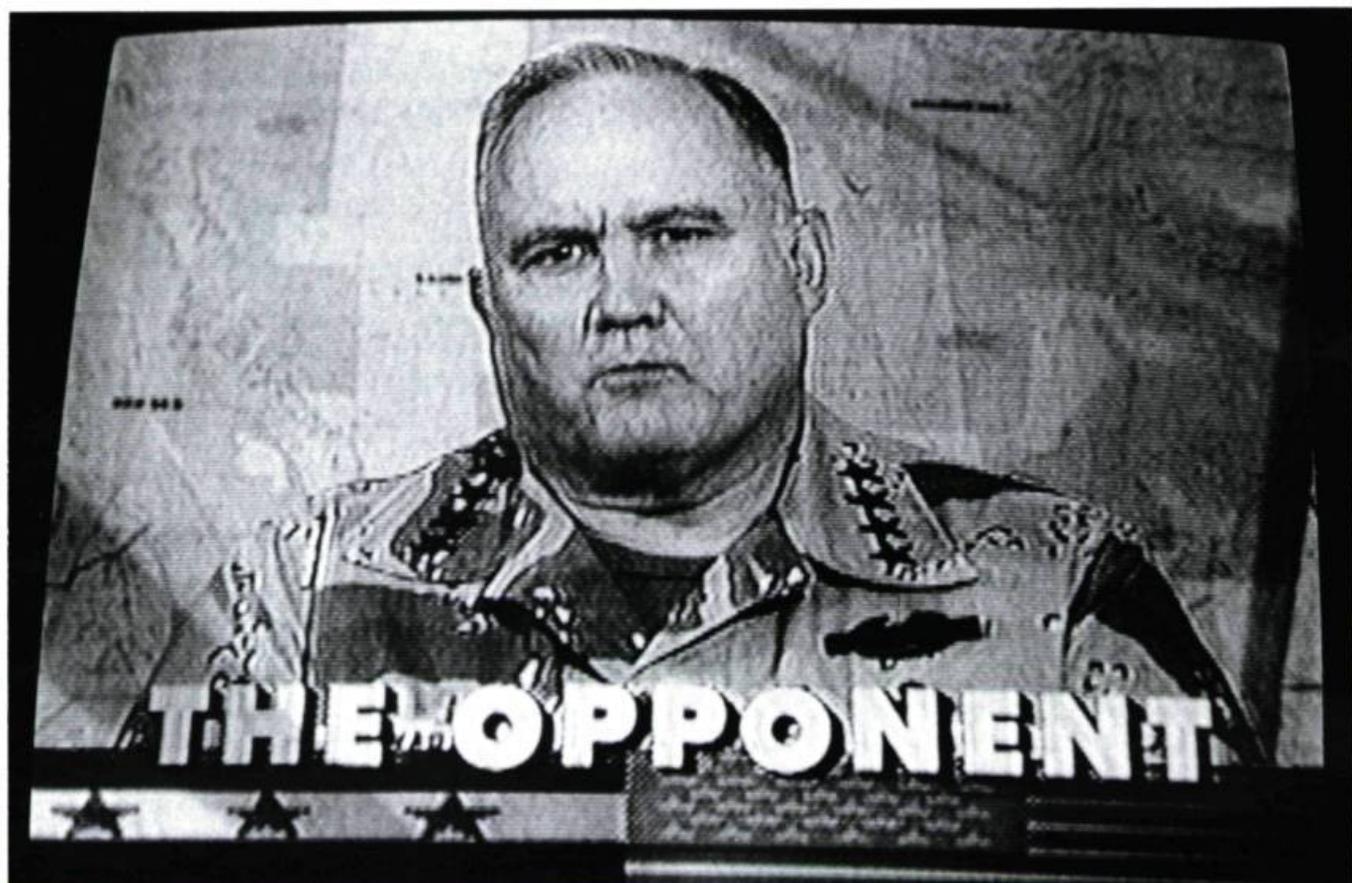
## L'ANNÉE 90 : UNE ANNÉE RICHE EN IMAGES FORTES

L'année 90 fut riche en événements médiatiques — de la Roumanie à l'Irak en passant par Oka — et on n'a pas cessé depuis de se répandre en interrogations et plaintes déontologiques au sujet de la médiatisation de l'information à la

télévision. Il y a trois points de vue à partir desquels on peut parler de l'information télévisuelle: soit à partir de ceux qui la contrôlent, c'est-à-dire d'un point de vue économique-politique, soit à partir de ceux qui la font et l'animent, soit à partir de ceux qui la regardent, c'est-à-dire d'un point de vue pragmatique. Ces trois points de vue furent abordés en décembre dernier lors de la manifestation de *Convergence, Le Forum international de l'image en mouvement* qui avait choisi pour sa troisième édition deux thèmes principaux: «Démocratie: les enjeux médiatiques» et «Hypermédia: sens et technologie».<sup>2</sup> Pour lancer la discussion autour du thème «Démocratie: les enjeux médiatiques», un montage sur la chute du régime roumain et le dérapage médiatique qui y fut lié (les 7 000 faux morts) avait été préparé par la réalisatrice Lise Tremblay, responsable de la formation en information de Radio-Canada. Le montage de Lise Tremblay faisait ressortir de manière éblouissante la précipitation, le dérapage et le dérèglement dont les médias (journaux et télévisions américains et français) ont fait preuve à l'échelle mondiale. Les panélistes invités étant la plupart des praticiens de l'information — qui savent bien de quoi est faite, pragmatiquement du moins, une image d'information — les débats purent être menés sur des questions concrètes et circonscrites qui tournèrent toutes autour des deux problèmes suivants: le contrôle et la provenance des images et les contraintes de vitesse du traitement des images d'information.

## L'INFORMATION TÉLÉVISUELLE À PARTIR DE CEUX QUI LA CONTRÔLENT

C'est Doug Kellner, professeur de philosophie à l'Université du Texas à Austin et coproducteur de «Alternative Views», une chaîne de télévision communautaire réputée, qui a abordé l'aspect économique-politique de l'information télévisuelle. La thèse de Kellner<sup>3</sup> est que depuis l'avènement des conservateurs au pouvoir en 1980 les réseaux de télévision ont été peu à peu achetés — il faudrait dire vendus — par de grandes compagnies favorables au gouvernement et favorisées par lui par des avantages fiscaux, ce qui a eu pour conséquence d'abolir complète-



Sur le front médiatique, un objectif: le filtrage de l'information.

ment la relative autonomie des médias. Il n'y a plus aux États-Unis, selon Kellner, de séparation de structure, de partage critique entre les médias et l'État. La crise de la démocratie est générée par le contrôle de plus en plus concerté et absolu des médias et de la grande presse. Dans son intervention intitulée «The crisis in the Gulf and the Mainstream Media» Kellner a montré comment les médias, et surtout CNN, la chaîne Cable News Network, épaula la politique américaine dans le Golfe. Le temps d'antenne consacré aux spécialistes militaires, aux préparatifs de guerre, à la description minutieuse du matériel, à la façon dont les forces seront déployées, aux départs des troupes, aux dangers de la force militaire irakienne, tout ce discours presque exclusivement militaire a fini par créer un véritable climat de guerre et un désir d'affrontement chez le citoyen-spectateur. Il s'agissait en somme d'habituer tranquillement la population et à rendre légitime une invasion décidée depuis le début. Kellner soutenait cette thèse au début décembre, ce qui était loin d'aller de soi.

La concentration croissante des entreprises de presse et des endroits de diffusion dans le monde, a souligné Kellner, se traduit par une diminution des sources possibles d'informations indépendantes, ce qui conduit à ce que tout le monde remarque sur les ondes de la télévision canadienne: toutes les informations d'importance, à partir desquelles on spéculé, proviennent de CNN. Cette diminution des sources d'informations condamne les journalistes à s'entreciter de plus en plus. C'est une question qui a été soulevée lors du forum et ce sont



les journalistes eux-mêmes qui le déplorait: le danger du monopole de la source d'images. Dans le Golfe, les circuits organisés d'information par le service de presse américaine sont sous la plus haute surveillance des militaires. Jamais depuis la guerre du Golfe les téléjournaux de Radio-Canada (anglais/français), Télé-Métropole, Quatre Saisons ne se sont autant ressemblés. Jamais, en changeant de poste, on a eu autant le sentiment de multiplier le même par le même. Une remarque de Kellner pourrait d'ailleurs s'appliquer à ce qui s'est passé au Québec pendant la crise d'Oka: «Never in my four decade experience in monitoring media representations of U.S. institutions has the military gotten such good press and PR.» On sait

qu'après la crise d'Oka, les demandes d'enrôlement pour l'armée canadienne ont augmenté de 15% dans la région de Québec!

### L'INFORMATION TÉLÉVISUELLE PAR CEUX QUI LA FONT

C'est Jacques Merlino, rédacteur en chef adjoint à Antenne 2 et chef du service étranger, qui a abordé les questions de la provenance des images et des contraintes de vitesse au traitement télévisuel de celles-ci. Concernant la Roumanie, a-t-il expliqué, le problème était celui-ci : on n'avait que des images. Ce n'est pas que l'image ne dise rien, c'est qu'elle ne dise rien de précis et que les précisions, il faut les dire. Ou on a des informations et pas d'images précises, c'est le cas le plus fréquent, ou on n'a que des images. Dans le cas des informations seulement, c'est facile à résoudre. Si par exemple vous avez à annoncer les buts de la visite du président américain et sa politique étrangère à l'égard d'un pays quelconque, vous le montrez descendant d'avion, serrant les mains de dignitaires, etc. Dans ce cas vous avez des images plutôt simplistes sur un discours extrêmement complexe et compliqué. Si vous n'avez que des images, et des images comme celles de Timisoara, vous devez dire quelque chose. Les télévisions font des échanges d'images et chaque télévision qui émet des images pour des télévisions étrangères donne des garanties professionnelles. À Antenne 2, a affirmé Merlino, on nous a dit 60 000 morts, et ce «on» c'était le ministre hongrois des Affaires extérieures. Allait-on prendre le temps de vérifier? C'était une source digne de confiance. Si on vérifie, on perd du temps et c'est le concurrent qui diffuse la nouvelle. C'est un problème de marché. On ne peut, par souci d'éthique, laisser le concurrent diffuser l'information.

On le voit, entre le réel et la vitesse, c'est la vitesse qui l'emporte. C'est la vitesse, dans ce métier, qui devient la seule réalité. Les *news* a expliqué Merlino, c'est un genre qui doit aller très vite. Voilà ce que les praticiens de l'information disent à mots couverts : la règle de l'information télévisée n'est pas que l'information est due au public, comme toute démocratie devrait être fière de le revendiquer, mais qu'elle est un genre en soi, une forme à prendre ou à laisser. «Et si le contenu des informations, ajouterait un grand spécialiste de la question, Serge Daney, met rarement en crise le consensus national, c'est déjà que leur mise en forme obéit à des critères de fer qui ont aussi peu à voir avec le voyeurisme qu'avec le doute»<sup>4</sup>. En précisant que l'information télévisée est un genre qui doit aller très vite (Merlino a renvoyé au *Monde*, c'est-à-dire à l'écrit, ceux qui veulent en savoir plus)<sup>5</sup>, on présuppose une chose : c'est qu'étant donné que l'image, sous l'influence de la publicité, va de plus en plus vite, il faudra que les *news* elles aussi, aillent de plus en plus vite, qu'elles adoptent, pour que les gens regardent, un défilement d'images toujours plus rapide. On a déjà des traces de cela dans nos téléjournaux québécois par l'effet bande-annonce des nouvelles à venir ou des nouvelles brèves. Comme dans la pub on a, à côté des grosses nouvelles qui ont droit à leur temps propre, une section au style elliptique et allusif. Des choses jugées moins importantes qui nécessitent un autre rythme. Le téléjournal ou les *news* ont leur langage d'images, leur ordre du discours qui a ses règles, son rythme et son temps propres.

### LE POINT DE VUE DE CELUI QUI REGARDE OU LE ZAPPEUR VEUT-IL QUELQUE CHOSE

Le zappeur veut savoir mais pas trop longtemps. Face aux images, il a son arme et son système d'auto-défense. S'il veut savoir, s'il a besoin d'images, c'est parce qu'en même temps qu'elles lui dévoilent l'horreur, l'étaient devant lui un court moment, elles l'en protègent. Ces images répandent l'horreur, mais elles font régner un vague et tiède sentiment de bien-être et de paix domestique. Dans son fauteuil, en prise directe sur le monde en guerre, il a le sentiment d'une ubiquité d'autant plus appréciable qu'elle est passive, qu'il ne peut pas intervenir, sauf pour changer l'image par une autre, ou pour tout faire disparaître.

On ne réfléchit pas assez à l'écoute télévisuelle, où s'arrête sa profondeur et sa dispersion. Qu'est-ce que la saisie d'un sens à la télévision? Il y a bien longtemps que l'image a perdu de son aura. Notre rapport à elle s'est modifié. Et ce n'est nullement que les gens ne prennent plus le temps de regarder, ils ne regardent plus de la même façon. Est-ce que l'on sait comment les gens regardent? Face à l'écran, il n'y a pas seulement le regard et/ou l'écoute, il y a le geste, ce que l'on pourrait appeler le gestus télévisuel. Que font les gens pendant qu'ils regardent? L'écoute télévisuelle est constitutivement un champ pluriel de pratiques dispersées qui peuvent être saturées, catalysées de mille compléments d'objets. Prenons l'exemple de Bernard Derome. Je regarde Bernard Derome et je n'écoute pas ce qu'il dit, j'écoute ce que dit Bernard Derome mais je ne le regarde pas. Ma mère partage le téléjournal avec d'autres tâches, tricotage, reprisage, tissage, etc. et ne regarde jamais l'écran. Quant à mon père, il est ailleurs, absent, seulement hypnotisé par ce qui balaie l'écran, ayant ouvert le poste non pour s'informer, ni même pour regarder, mais pour décrocher du réel. L'écoute télévisuelle est sans fond, sans règles, sans degrés et sans terme. Ce gros inconscient à ciel ouvert, comme la surnomme Serge Daney, n'est pas une manipulation si directe et si évidente qu'on se plaît à le dire. Plus qu'un discours ordonné et stratégique, plus que de l'idéologique, la télévision, c'est la télévision, c'est-à-dire de la répétition, de la régularité et de l'oubli.

Le zappeur veut-il quelque chose? Oui, sans doute. Mais nous ne pouvons pas répondre à sa place. Tout ce que l'on peut dire, c'est que l'objet qu'il voit et le sens qu'il finit par construire est seulement fondé par son désir de voir, d'entendre ou... de dormir. Quand une guerre ou un conflit comme ceux d'Oka ou du Golfe viennent stimuler tout à coup le désir de savoir et de voir (comment faire la différence entre les deux à la télévision) du téléspectateur, c'est seulement à ce moment qu'il prend conscience des limites de ce meuble qu'est sa télévision. Il zappera rageusement et inutilement.

«Nous vivons dans des maisons, écrit Daney, qui ont l'eau, le gaz, l'électricité et l'image.» ■

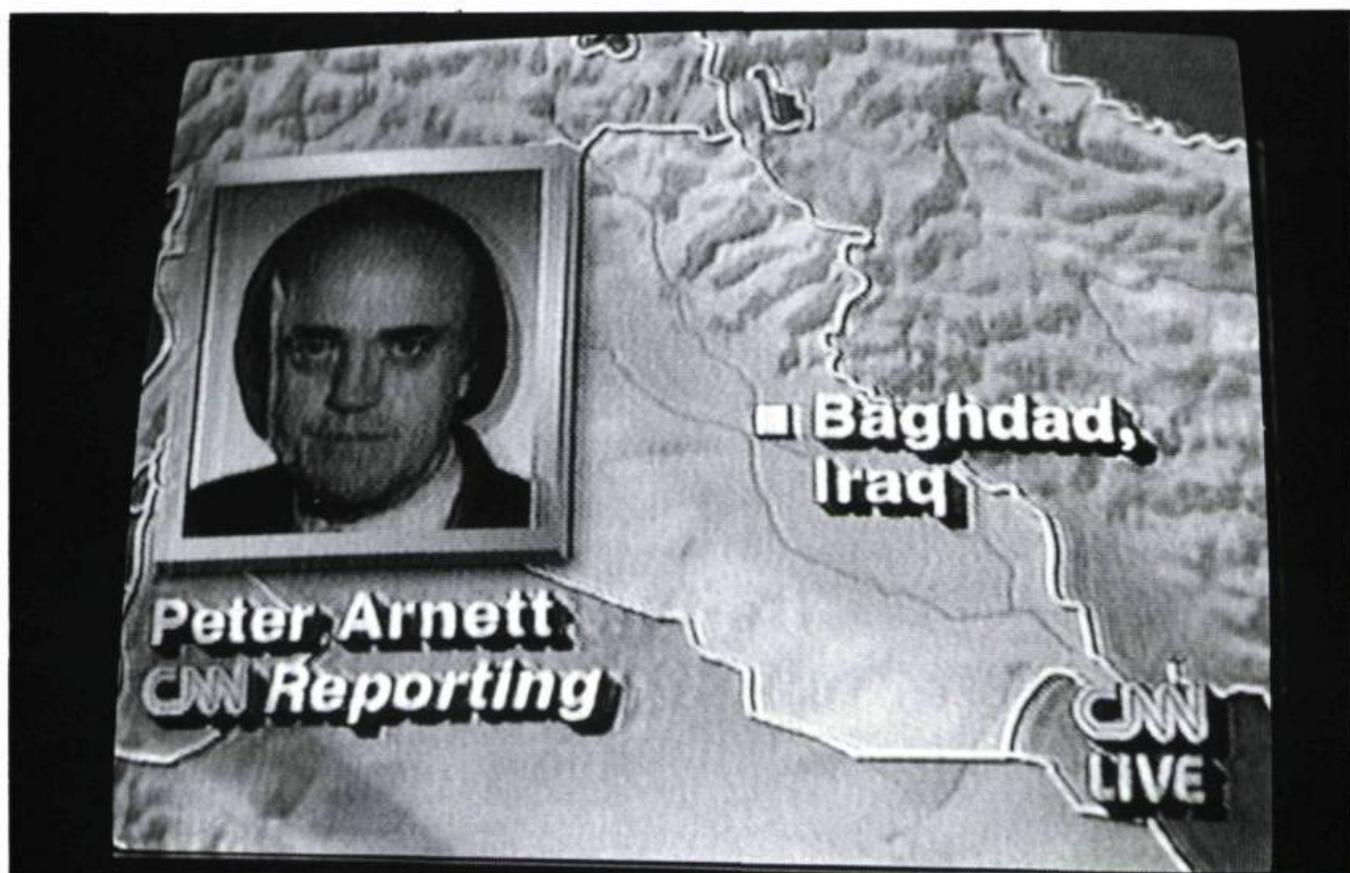
1. Dans le *Monde Diplomatique*, Fév 1991, p. 5.

2. Voir l'article de Pierre Hébert dans ce numéro pour un compte rendu du thème «Hypermédia: sens et technologie».

3. Voir son ouvrage *Television and the Crisis of Democracy*, Westview Press, Colorado, 1990.

4. Voir son livre *Le salaire du zappeur*, Paris, Ramsay, 1988, p. 95.

5. La vente des journaux français a considérablement augmenté depuis la guerre du Golfe.



PHOTOS: MICHEL CAMPEAU



Très vite, CNN a imposé un patron de mise en scène de l'information que toutes les chaînes se sont empressées de recopier.

