

Liberté

LIBERTÉ
ART & POLITIQUE

Avant-propos L'écrivain, la littérature et les mass média

Volume 11, Number 3-4, May-June-July 1969

Les écrivains, la littérature et les mass média

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/29766ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (print)

1923-0915 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

(1969). Avant-propos : l'écrivain, la littérature et les mass média. *Liberté*, 11(3-4), 5-8.

Tous droits réservés © Collectif Liberté, 1968

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

L'écrivain, la littérature et les mass media

I — La mort de l'écrivain maudit

La notion d'écrivain maudit (Baudelaire, Verlaine, Nelligan) est une notion romantique qui reste encore vivace dans la mythologie littéraire; à preuve J. Genest, A. Sarrazin, etc. et surtout l'enseignement de la littérature.

Mais il est évident qu'aujourd'hui la mise en marché de l'oeuvre littéraire enlève à l'écrivain et à son oeuvre leur dimension critique et que l'écrivain-maudit n'est plus qu'un objet de consommation privilégié.

L'écrivain par son oeuvre de parole appartient au monde du sacré. Comme le prêtre, l'écrivain est (était) un mage : au commencement était le verbe. Mais le verbe s'est fait chair et il se vend en livre de poche. Et si l'auteur est matière à scandale il est récupérable plus vite encore.

Aujourd'hui l'écrivain et son oeuvre, sont récupérés quant au fond par la massification et le commerce, quant à la forme par les linguistes et les critiques universitaires qui sont à la littérature ce que le téléphone blanc est à Hollywood : le symbole d'une vie heureuse et sans histoires.

Il faudrait donc tenter de faire.

- 1) La description du mythe de l'écrivain tel qu'il survit.
- 2) La description des pouvoirs « magiques » de l'oeuvre littéraire.

- 3) L'analyse de la mort du mythe et de ce qui l'a tué.
- 4) Des hypothèses sur ce qui a remplacé le mythe de l'écrivain dans notre société contemporaine.

* * *

II — *La Communicationite*

Quand les psychologues parlent du père, en termes freudiens, ils parlent aussi de l'autorité. Quand ils parlent de l'autorité ils en parlent en terme de père. D'où certains d'entre eux en viennent à affirmer que le policier (par exemple) est une image du père et que *toute contestation de l'autorité* (même en uniforme) est une contestation du père mythique.

C'est ce qui s'appelle un "amalgame", ou une simplification utile. Il s'agit en fait d'une entreprise intellectuelle de type autoritaire où l'on court-circuite les différents ordres de la réalité. Traitant les choses de façon analogique, le raisonnement se croit logique et oublie son contenu poétique pour se croire vérité.

C'est ainsi qu'après les grandes simplifications que l'on a tiré du marxisme et du freudisme ces dernières cent années, on en arrive aujourd'hui à l'amalgame de la *communicationite* pour transformer l'oeuvre de création et la remettre en question.

Dans cette hypothèse tout est « communication » et « information ». Le livre par exemple. Le satellite aussi. Mais parce que le satellite rejoint plus de gens, il communique mieux, et parce que la communication par satellite est simultanée, elle est meilleure. Conclusion : l'écriture, surtout littéraire, est dépassée...

Il conviendrait peut-être d'établir un vocabulaire et des données objectives.

- 1) Qu'est-ce que la communication ? Qu'est-ce que l'information ?
- 2) Quels sont les ordres de la communication ? Depuis les rapports entre deux aimants, entre l'écrivain et le lecteur, entre l'émetteur et le récepteur, etc.

- 3) Où en est la « théorie de la communication » en 1969 ?
- 4) Dans l'ordre technologique, quels sont les véritables media de communication ? (ex. imprimerie, télégraphe, téléphone, phonographe, radio, ciné, télévision . . .) et quelles sont les sous-technologies importantes ? (ex. le long-jeu, l'enregistremment, le livre de poche, etc.).
- 5) Communiquer en somme :
 Pourquoi ? avec qui ? comment ?
 L'écrivain est-il un émetteur ? Cherche-t-il à communiquer ? Est-il un récepteur ? Ou un homme dépassé ?

* * *

III — *Le front de libération culturelle*

Nous n'avons droit, aujourd'hui encore, qu'à un peu de démocratie : celle que nous accorde le vote, et l'avantage d'appartenir à la classe moyenne majoritaire. Il n'y a pas encore de réelle démocratisation de l'économie et encore moins de la culture consciente.

Au sens anthropologique du terme, *culture*, c'est l'ensemble des signes humains. Tout homme est un créateur de culture.

Dans un sens plus restreint *culture* signifie la culture consciente, c'est-à-dire l'objet reconnu comme donnée culturelle.

Le séchoir à bouteille dans le musée est une forme culturelle consciente.

Les intellectuels favorisent la prise de conscience de la culture parce qu'elle correspond à l'*identité* d'un groupe, mais aussi parce qu'elle est la matière de leur vie. Or cette prise de conscience peut être oligarchique ou démocratique.

Dans ce sens qu'est-ce que la *démocratisation* de la culture ?

a) une plus grande diffusion de la culture consciente ?
et/ou

b) l'accès du plus grand nombre aux outils de production de culture consciente ?

Il serait donc intéressant de tenter d'aborder la révolution culturelle et la démocratisation de la culture comme des termes identiques ou dialectiques ou contradictoires.

- 1) Les mass media sont-ils des outils de démocratisation de la culture ou permettent-ils de subtiles dictatures de l'esprit ? En effet où est la notion de choix de l'individu (client culturel) devant les canaux de télévision, les circuits de cinéma, les librairies et bibliothèques, les postes de radio, la mondovision, etc. ?
Y a-t-il des systèmes de valeurs impossibles à transformer ?
- 2) Est-ce qu'un seul mass media échappe au fonctionnalisme d'une exploitation *rentable* ?
- 3) Qu'est-ce que le marketing culturel ? (Exemple de reproductions de Picasso dans les 5-10-15¢).
- 4) La démocratisation de la culture est-ce ouvrir le musée à tous et/ou faire de chacun d'entre nous des peintres du dimanche ?
- 5) La culture consciente est-elle une redondance de la culture vitale ? Est-elle nécessaire ? Indispensable ?
- 6) Quelle différence y a-t-il entre la *démocratisation* de la culture et la *révolution culturelle* ?

* * *

IV — *L'écrivain a des antennes*

En conclusion des discussions préalables il faut situer l'écrivain par rapport à l'univers de la communication par les mass media et voir s'il s'insère dans ce système comme l'un des émetteurs, ou s'il peut fausser le système, ou s'il est un rouage du procédé, ou s'il reste l'éternel parasite qui brouille les ondes ou s'il doit accrocher son stylo et se réfugier à la campagne.

Aujourd'hui, l'écrivain *pour quoi* faire ?

- 1) jouer les artistes maudits à consommer ?
- 2) devenir un communicateur ?
- 3) tenter la démocratisation de son oeuvre solitaire ou créer le F.L.C., front de libération de (quelle) culture ?

Devrait-on faire un effort concerté

des essayistes vers les quotidiens et les émissions d'affaires publiques ;

des romanciers vers les cinéastes et le cinéma ;

des poètes vers la radio ;

des auteurs dramatiques vers cinéastes et téléastes ;

des petites revues vers les Match et Life ?

L'écrivain a des antennes ? Lesquelles ?