

En bas de l'échelle

Pierre Lefebvre

Volume 52, numéro 2 (290), février 2011

Attention! Un élitisme peut en cacher un autre

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/63820ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (imprimé)

1923-0915 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Lefebvre, P. (2011). En bas de l'échelle. *Liberté*, 52(2), 7–21.

ATTENTION ! UN ÉLITISME PEUT EN CACHER UN AUTRE

PIERRE LEFEBVRE

EN BAS DE L'ÉCHELLE

On pouvait encore gagner de l'argent dans l'édition — non, certes, en publiant des livres qui en valaient la peine ou qui soient des succès commerciaux, mais en achetant et vendant les maisons elles-mêmes.

ANDRÉ SCHIFFRIN, *L'argent et les mots*

1

Pour une obscure raison, il m'arrive assez rarement de me faire insulter. Ce que je trouve troublant, par contre, c'est que, chaque fois que ça m'arrive, ce sont toujours les deux mêmes invectives qu'on appelle à la barre. On dirait que rien d'autre ne sait venir à la bouche écumée de tous ceux et celles qui m'en veulent. Il faut que je l'avoue, ça m'inquiète.

La première et la plus fréquente de ces insultes-là est, on s'en doute peut-être, l'inévitable (mautadit) « intellectuel ». S'il m'ébranlait au début de ma vingtaine, parce que c'est à ce moment-là que ça a commencé, l'anathème a, au fil du temps, le Ciel en soit remercié, perdu pour moi tout pouvoir d'abrasion. Dostoïevski n'avait peut-être pas tort d'affirmer que l'Homme, au fond, finit par s'habituer à tout. Je ne commencerai pas à m'étendre sur les raisons pour lesquelles

ce mot-là est devenu, au Québec, un vilain quolibet, mais je préciserais que je prends même plaisir aujourd'hui à me le faire envoyer ; j'y vois la preuve que j'ai fessé dans le mille.

Je me dois pourtant d'avouer que cette joie, un petit peu mesquine j'en conviens, n'est jamais qu'une demi-victoire puisque l'autre insulte, moins fréquente, mais beaucoup plus brutale, me fait encore et toujours perdre mes moyens. J'imagine que c'est dû au fait que sa teneur m'échappe, un peu comme si, quand on l'utilise, on m'engueulait dans une langue étrangère ; j'entends ainsi l'aigreur, la colère, le mépris, mais pas le mot. Ce qui est clair, c'est que ceux qui l'utilisent ne cherchent pas tant à me déstabiliser qu'à me porter le coup fatal : (tabarnak d') « élitiste ». Chaque fois, je me dis que Dostoïevski était peut-être dans le champ ; même en me forçant, je ne peux pas m'habituer à ça.

Il va sans dire que c'est en bonne partie par ma faute : en bon fils de mon pays natal, je n'ai jamais su me débarrasser de ma méfiance atavique envers les hautes instances. En d'autres termes, cet aspect-là de ma québécoiserie m'imprègne assez pour que la part noble du mot, comme, par exemple, dans l'expression « tireur d'élite », ne me rentre pas dans la tête. J'ai beau tenter de penser aux médaillés d'or, de bronze ou d'argent des Jeux olympiques d'hiver, ou encore au chrome rutilant de la coupe Stanley, une élite demeure pour moi une petite gang qui inflige son sens du beau, du vrai, du bon, au reste de ses concitoyens.

Une élite, je n'y peux rien, m'est donc essentiellement une caste ayant la capacité, pour toutes sortes de raisons historiques, de faire passer l'ensemble de ses desseins politiques pour un modèle d'harmonie sociale indépassable ou, à tout le moins, peu s'en faut. Comme ce processus-là se fait d'habitude par le biais d'une violence plus ou moins sournoise, on pourrait préciser que c'est parce qu'elle a simplement le gros bout du bâton que l'élite sait se poser en exemple suprême.

Perçue comme ça, l'élite est donc essentiellement un mélange harmonieux d'arrogance, de mépris et de coercition. Si l'intellectuel, en tant que pelleteux de nuages incapable d'embrasser comme du monde la vraie vie, se contente d'être une espèce de poids mort pour sa société, l'élitiste, pour sa part, est un véritable ver dans la pomme de la démocratie, si ce n'est même un chaud partisan de la tyrannie. On comprendra, je l'espère, à quel point je peux haïr me

faire associer à ce monde-là, d'autant plus que mon précaire statut de pigiste m'interdit farouchement d'en faire partie.

2

En niaisant un matin devant *Le Devoir*, je suis tombé sur « Une drôle de bibite à Radio-Canada », un article de Stéphane Baillargeon¹. On y apprenait, en le parcourant, qu'un certain Patrick Beaudoin, qui est issu du milieu de la pub, était maintenant le directeur général de notre radio publique. J'avoue que, dans un tout premier temps, je n'en pensais pas grand-chose. Médias et départements de marketing s'abreuvant depuis un bon moment déjà aux mêmes techniques de communication, le passage de l'un à l'autre n'est même plus une formalité, tant ils sont pratiquement devenus un seul et unique territoire. C'est pourtant quand je suis arrivé au passage dans lequel le bon M. Beaudoin expliquait au journaliste de quelle manière il s'était retrouvé à Radio-Canada que je me suis mis à trembler : « C'est vrai, dans l'historique de cette grande marque, les hauts postes vont généralement aux gens qui ont grandi dans l'entreprise. »

Ce qui m'a surtout choqué, il faut que je le dise, peut-être même encore plus que le propos, c'est l'évidence avec laquelle il était énoncé. Pour son tout nouveau directeur, la question ne se posait même pas : la radio de Radio-Canada n'était pas une institution, ni non plus un service public, même pas, de façon plus prosaïque, une simple société de la Couronne. C'était une marque. C'est peut-être moi qui déraile, mais j'avoue que la première affaire qui me vient à l'esprit quand j'entends le mot *marque*, c'est le commerce. C'est Coke, c'est Pepsi, c'est Lancôme, c'est Chanel.

Le dictionnaire, on ne le souligne jamais assez, est l'un des plus nocifs outils de propagande de l'élite. C'est en effet grâce à lui qu'elle se donne le droit de départager ce qui se dit de ce qui ne se dit pas. On comprendra ainsi avec quelles précautions je me suis quand même abaissé à ouvrir mon *Robert* afin de vérifier ce qu'il disait des marques. J'avoue que mon audace a été récompensée :

- « Signe attestant un contrôle. »
- « Signe infamant que l'on imprimait sur la peau d'un condamné. »
- « Trace, indice que laisse une bête et qui permet de l'identifier. »

1. C'est à la page E5 du cahier « Culture » du 23 octobre 2010.

— « Signe, croix qu'un illettré appose en place de signature. » (Ma préférée.)

Évidemment, en poussant de ce bord-là, je ne fais qu'étaler ma grosse mauvaise foi. On pourrait tout aussi bien, sans faire trop, trop d'efforts, y aller de connotations plus glorieuses comme :

— « Trait, repère. »

— « Signe ou objet indiquant une limite, une démarcation. »

— « Marque distinctive d'une dignité. » (Ma préférée, là encore.)

Mais, dans la mesure où M. Beaudoin — qui, je le répète presque par perversion, nous vient de la pub — entend vraisemblablement *marque* dans son sens marchand, le plus juste est sans doute d'aller du côté de « marque de fabrique, de commerce ou de service : signe, nom servant à distinguer les produits d'un fabricant, les marchandises d'un commerçant ou d'une collectivité ». Wikipédia², en ce sens, va encore plus loin : « La marque est un signe permettant à une entreprise de distinguer les produits ou services qu'elle commercialise des produits ou services identiques ou similaires de ses concurrents. » L'article y précise même, c'est pratiquement divin, qu'« au sein du droit de la propriété intellectuelle, la marque appartient à la branche de la propriété industrielle ».

En gros, les propos de M. Beaudoin impliquent surtout que, pour son directeur, les vis-à-vis de Radio-Canada sont essentiellement Yves Saint Laurent, Victoria's Secret, Nike ou Levi's ou Mattel. C'est d'abord avec elles (entre marques, on se comprend) que la radio publique se doit d'entamer un profitable et stimulant processus de noble émulation. Bref, ce sont elles qui lui indiquent le nord quand, en manque de repères, elle regarde sa boussole. Pas étonnant que, dans le même souffle, M. Beaudoin qualifie Radio-Canada d'« entreprise », c'est-à-dire, là encore d'après le *Robert*, une « organisation autonome de production de biens ou de services marchands ». Pour un service public, on ne saurait rêver mieux.

On dira ce qu'on voudra, se retrouver directeur général d'une radio publique n'est pas à la portée de tout le monde, et la liste des candidats potentiels, à elle seule, doit être assez sélecte, merci. Si Baillargeon, comme le titre de son article le laisse entendre, s'étonne que ce poste ait été donné à ce gars-là, il faut que j'avoue pour ma part que, si je m'en déssole pour mourir, je ne peux malheureusement pas dire que ça m'étonne. En fait, ça tombe sous le sens. Cette

2. Oui, oui, je sais...

nomination-là n'est rien d'autre que la suite logique du travail opéré par Sylvain Lafrance, dans les années 1990. Rappelons pour la petite histoire que Lafrance, qui est l'actuel vice-président principal des services français de Radio-Canada, était alors au poste aujourd'hui occupé par Beaudoin. D'après ce que j'ai pu en comprendre, son mandat consistait à être le *goon* de service de Robert Rabinovitch, président-directeur général de CBC/Radio-Canada, qui avait été nommé là par l'honorable Jean Chrétien.

Le plus troublant reste quand même que la job de bras effectuée par M. Lafrance s'est essentiellement faite sous le prétexte de bien mieux servir la démocratie. On a donc *scrapé* la Chaîne culturelle³ parce que, dans les officines du pouvoir, on la trouvait trop élitiste. Pour ce monde-là, en effet, consacrer un peu de temps d'antenne à la littérature, à la philosophie, à la sociologie, à la musique, et ce, sur un mode qui ne serait pas celui d'*Elle Québec*, était inadmissible. On ne va quand même pas continuer, en période de restrictions, à gaspiller de l'argent public pour du bla-bla-bla de grands fendants.

Ce qui m'enrage le plus dans cette chanson-là est que le tonus d'une démocratie se mesure quand même en partie à sa capacité de faire un peu de place aux voix discordantes. Mais il y a aussi, et surtout, que, pour une grande part de la population, la musique classique et contemporaine, la littérature, la philosophie, bref les arts et les choses de l'esprit restent assez difficiles d'accès. Malgré ses défauts, que je trouvais pour ma part nombreux, la radio de Radio-Canada a quand même su jouer un rôle d'éducation populaire. Renipper la Chaîne culturelle, qui en avait besoin, de manière à ce qu'elle puisse s'occuper encore plus avant de cette charge-là aurait pu être envisagé comme une priorité. Mais, pour chacun des maillons de la chaîne passant du 24 Sussex Drive à la grande tour du boulevard René-Lévesque Est, l'idée était inconcevable. On pourrait toujours dire pour leur défense que leur conception de la démocratie s'inspire vraisemblablement du principe des saucisses Hygrade : plus de gens en mangent parce qu'elles sont plus fraîches ; elles sont plus fraîches parce que plus de gens en mangent.

Toujours est-il que, pour en revenir à M. Beaudoin, c'est justement parce qu'il confond démocratie et part de marché qu'il a pu remporter la palme. Si ça se trouve, même, c'est quand il a mentionné, pendant son entretien d'embauche, que Radio-Canada était

3. Je sais que je reviens sans cesse sur ce sujet de façon compulsive, mais, que voulez-vous, je n'arrive toujours pas à en faire le deuil.

une grande marque qu'il s'est démarqué du peloton. Un gars qui aurait été assez niais pour affirmer que l'art et la pensée sont super importants pour qu'une démocratie ne déconne pas trop n'aurait eu aucune chance.

Prendre comme modèle le gros « M » jaune de McDonald's, ou encore le rond rouge de Coke, n'est bien sûr pas innocent, c'est même clairement se positionner dans le bras de fer qui oppose privé et public depuis un bon bout de temps ici comme dans le restant de l'Occident. Dans le cadre d'une radio, par opposition, par exemple, aux services de santé, c'est surtout affirmer qu'on se délecte de la belle simplicité des signes. Ce qu'il y a en effet de merveilleux avec un logo, c'est qu'une fois qu'on l'a suffisamment placardé dans tout l'espace public, on n'a plus besoin de l'expliquer. Comme le veut l'expression : rien qu'à voir, on voit bien. En face d'un « arrêt-stop », ou devant la belle flèche blanche d'un sens unique, il n'y a en effet pas grand-chose à penser, ni même à dire. Tout ce qu'il y a à faire, c'est de suivre la consigne. On peut toujours, si on a envie de vivre dangereusement, passer outre, mais, dans un cas comme dans l'autre, c'est tomber dans le panneau. À la manière du chien de Pavlov, il ne s'agit plus que de répondre à un stimulus : on se met donc à rire quand c'est drôle, on s'émeut quand c'est triste, on s'indigne fièrement quand c'est injuste.

En fait, il ne s'agit plus de comprendre, mais de s'exciter ou encore de s'énerver, selon qu'on soit pour ou contre le sujet du jour. Adorno et Horkheimer, dans *La dialectique de la raison*⁴, l'énoncent d'une façon assez claire : il ne s'agit plus de signifier, mais de désigner. J'ai même presque envie de dire que c'est refuser de prendre la parole pour se contenter de pointer du doigt en babillant : « 'gard, 'gard ! » Bref, il n'est plus question de tenter de repousser le brouillard du consensus qu'on respire tous à pleins poumons, mais tout au contraire d'y participer. À l'agitation du monde on ajoute celle du commentaire, ce qui revient à verser de la mélasse sur une tarte au sucre ou de la bile dans un grand verre de vinaigre. On monte ainsi en épingle n'importe quoi et son contraire — un iPod, un ouragan, une épidémie, une élection, un homme, une femme, un chien, une tortue, un égout — en martelant que c'est vrai que c'est vraiment l'affaire *hot* de l'heure, jusqu'à ce qu'une autre débarque pour prendre sa place. En fait, annoncer qu'un service public n'est qu'une marque,

4. À la page 173 de l'édition chez Gallimard dans la collection « Tel », si vous voulez le savoir.

c'est décider de réduire n'importe quelle prise de parole à un argument de vente. Quand je pense que c'est à ça que servent mes taxes, j'ai envie de me jeter par la fenêtre.

Or, ce que l'élite à laquelle appartiennent MM. Lafrance et Beaudoin ne semble pas du tout reconnaître, c'est que, quand même, à l'origine, la notion de service public a été avancée par souci politique de créer des espaces où les exigences commerciales du privé pourraient nous sacrer la sainte paix. En gros, on reconnaissait que certains domaines perdent à devoir fonctionner dans le carcan de l'offre, de la demande et du rendement faramineux à tout prix. À partir du moment où le public singe suffisamment le privé pour que ce qui les distingue ne soit que des questions de budget, on est peut-être en droit de se demander quel peut bien être sa raison d'être. Il y a des jours où je me dis que les conservateurs qui souhaitent privatiser Radio-Canada n'ont peut-être pas tort.

3

Chaque année, du moins il me semble, le Salon du livre de Montréal organise une espèce d'événement vaguement sélect intitulé le « souper des éditeurs ». D'après ce que j'ai pu en comprendre, il s'agit de réunir les acteurs qui comptent dans le milieu, de leur donner à boire, puis à manger aussi, en soulignant, à l'aide d'un « MC », de vidéos et de présentations PowerPoint pas toujours tout à fait au point, les moments forts qui ont touché le monde du livre depuis le dernier souper. On ne peut y assister que sur invitation, mais je suis certain que, sans trop de problèmes, on peut très bien, avec un peu de finesse, s'y incruster d'une façon ou d'une autre. Toujours est-il que, cet automne, je me suis retrouvé là pour accepter une plaque de verre gravée dont le but était de souligner les cinquante années de parution de *Liberté*.

À la table numéro quatre, qui m'était assignée, il y avait, en plus des autres invités, comme moi plus ou moins triés sur le volet, un membre du conseil d'administration du Salon du livre de Montréal. Un peu avant que je m'assoie, un habitué m'a expliqué que la « quatre » était une table importante, j'imagine que c'est parce qu'elle se trouvait au premier rang, mais tout au bout sur le côté quand même, ce qui en faisait, pour le dire comme ça, la moins importante des plus importantes. Comme les *waiters* passaient leur temps à remplir nos verres à toutes les trois, quatre gorgées, je ne sais plus comment m'est venue la mauvaise idée d'évoquer l'article de Stéphane Baillargeon,

mais bon, comme un beau cave, j'ai annoncé à la tablée combien la citation de M. Beaudoin m'avait troublé. La réponse du membre du conseil d'administration du Salon du livre de Montréal ne s'est pas fait attendre : bien, voyons, Radio-Canada est une marque ! J'étais déjà trop pompette pour comprendre si les autres convives ne disaient rien par stupeur ou par désintérêt, mais j'imagine que le membre du conseil d'administration du Salon du livre de Montréal a dû se dire quelque chose du genre « qui ne dit mot consent », de sorte qu'il a continué sur sa lancée jusqu'à conclure : « C'est une marque comme Einstein ou Tintin ou Van Gogh. »

Si ma mémoire est bonne, son raisonnement se résumait au fait que c'est parce qu'ils étaient encore tous trois présents dans l'espace public qu'ils étaient bel et bien des marques. Remarquez que c'était peut-être aussi le contraire, soit donc que c'était parce qu'ils étaient des marques qu'on les retrouvait toujours présents. Autrement, il y aurait belle lurette qu'on les aurait oubliés. Ce qui était par contre un peu plus clair, c'est que chacun d'eux était une marque parce que tout le monde pouvait reconnaître la houppe, le bouquet de tournesol, de même que les cheveux gris en bataille. Bref, chacun d'eux pouvait d'une manière ou d'une autre servir de cri de ralliement, ce qui faisait qu'on pouvait s'en servir pour orner des montres, des tasses, des casquettes, de même que des calendriers. Ce n'est quand même pas à Giordano Bruno, à Elias Canetti ou à Sylvia Plath qu'on pourrait faire un tel honneur. En fait, ce que le membre du conseil d'administration du Salon du livre de Montréal trouvait édifiant, merveilleux, éminemment démocratique surtout, c'est que c'était parce que Tintin, Van Gogh puis Einstein marinaient dans le grand brouet de la marchandisation à outrance qu'ils avaient encore droit de cité et que de nouvelles générations avaient le loisir de les découvrir pour leur propre profit.

C'est à peu près à ce moment-là que je me suis emporté. Je n'avais pas, c'est malheureux, assez bu pour devenir odieux, mais j'avais suffisamment d'alcool dans le sang pour ne pas pouvoir lui dire avec finesse que c'était là un des processus les plus mortifères qu'on puisse imaginer ; loin de garder l'œuvre vivante dans l'espace public, la cravate, le fond d'écran ou la montre l'éclipsaient. En fait, je serais prêt à gager qu'éventuellement, ces bébelles-là se substituaient à elle. Je n'ai pas osé ajouter que je trouvais fort de café qu'un membre du conseil d'administration du Salon du livre de Montréal puisse défendre une telle niaiserie, mais, dans le silence qui a suivi, pendant qu'on mangeait

notre canard, parce qu'on ne nous a pas servi de la cochonnerie, je n'entendais plus que les propos de Kundera :

Qu'est-il resté des agonisants du Cambodge ?

Une grande photo de la star américaine tenant dans ses bras un enfant jaune.

Qu'est-il resté de Tomas ?

Une inscription : Il voulait le Royaume de Dieu sur la terre.

Qu'est-il resté de Beethoven ?

Un homme morose à l'invraisemblable crinière, qui prononce d'une voix sombre : « Es muss sein ! » [...]

Et ainsi de suite, et ainsi de suite. Avant d'être oubliés, nous serons changés en kitsch. Le kitsch, c'est la station de correspondance entre l'être et l'oubli⁵.

4

Faisons un petit récapitulatif historique au pas de course, de toute façon, ça fait toujours du bien. La culture savante s'est toujours opposée à la culture populaire, ce qui ne veut pas dire non plus que tout le monde boudait dans son coin. Même si on avait là deux mondes distincts, l'un issu de la tradition écrite, l'autre de la tradition orale, des dialogues féconds se sont quand même articulés entre les deux. Par exemple, Chopin, La Fontaine, Stravinsky ou encore Ferron doivent beaucoup aux contes, aux farces, aux chansons, mélodies, alouette, de leur folklore respectif.

On pourrait dire qu'une des bizarreries de notre époque est que cette opposition-là se trouve encore vivante dans l'esprit de bien des gens. Et c'est bizarre parce qu'un des deux joueurs a disparu. Je veux bien croire qu'on peut toujours tomber sur un artisan qui affine tout seul dans son coin une pratique millénaire, ou encore sur des exaltés comme le Facteur Cheval⁶ ou le joyeux fou qu'était Arthur Villeneuve⁷, mais, depuis le début du xx^e siècle, la culture qu'on persiste à appeler « populaire » n'a plus grand-chose à voir avec le peuple. La raison en est simple : elle nous vient de consortiums comme Time Warner, ou Paramount, ou encore Quebecor. Ça ne veut pas dire que tout ce qui en sort est bon pour la poubelle, mais s'imaginer que Marie-Mai est une chanteuse « populaire » revient pratiquement à croire Campbell

5. C'est dans *L'insoutenable légèreté de l'être*. Quelque part vers la fin.

6. Googlez-le, si vous voulez le savoir...

7. *Idem*...

ou Habitant quand ils nous disent que leurs soupes sont cuisinées avec autant d'amour et de traditions que celle de grand-maman.

Comme l'ont expliqué en long et en large des défricheurs comme Benjamin ou Adorno, la différence est qu'on n'a plus affaire à l'émergence de l'esprit du peuple, mais à des productions industrielles, avec ce que ça implique de capital et nécessité de rendement. Or, l'industrie, comme on le sait, n'a pas grand-chose à voir avec la multitude. Il y a beau y avoir toutes sortes d'entreprises, de la petite, de la moyenne puis de la grosse, quand on est assez imposant pour tutoyer le ministre, on est plus près de l'élite que du *vulgum pecus*, comme on disait dans le temps.

Ce qu'il ne faut pas oublier non plus, c'est l'aspect tautologique de l'industrie. Ce qui compte pour l'industrie, c'est l'industrie. Par exemple, la forêt ne pèse pas lourd dans le cadre de l'industrie forestière, de même qu'on se sacre pas mal du porc dans l'industrie porcine. J'imagine que vous me voyez venir, mais, dans l'industrie culturelle, c'est à la culture qu'on ne s'intéresse pas trop. Comme dans n'importe quelle entreprise du genre, ce que ça implique, c'est que ce n'est pas à l'industrie de s'adapter aux œuvres, mais aux œuvres de s'adapter à l'industrie. On n'a qu'à regarder les tortuosités qu'on peut faire subir aux semences en agriculture industrielle pour comprendre le principe.

Il est bien évident que la violence exercée envers le cinéma ou la littérature n'est pas du même ordre, mais je me demande si elle n'est pas plus pernicieuse. J'ai peur que l'analogie soit un peu brinquebalante, mais, si on se méfie du maïs transgénique — laissant entendre par là qu'il existe un « autre » maïs et que celui qu'on a formaté pour répondre aux besoins de l'industrie n'est peut-être pas bénéfique pour tout le monde —, j'ai peur que, du côté des arts, on en arrive un jour à ne plus considérer comme « culturel » ce qui ne répond pas aux exigences de rendement de l'industrie culturelle. L'usage du mot *produit*, pour désigner une œuvre, est d'ailleurs peut-être la meilleure preuve de notre difficulté à concevoir désormais la culture autrement qu'en termes commerciaux.

Mais ce qui reste maudit dans cette logique-là est que, si la loi de l'offre et de la demande peut toujours fonctionner quand on parle de mitaines, de chars hybrides ou de pain tranché — même si le brouillage publicitaire dans lequel on baigne en pervertit le principe même —, elle devient délirante quand on entre dans le domaine de la culture. Offrir ou demander ce qui n'existe pas reste, en effet, même

à ce jour, quelque peu délicat. On peut toujours rétorquer qu'il y a une vingtaine d'années, Campbell n'offrait pas de soupe avec moins de sel, ou que GM n'offrait pas de chars hybrides, et que c'est donc la magie de la demande qui a fait qu'on en trouve aujourd'hui sur le marché. Sans doute, mais personne, en 1856, ne pouvait demander *Les fleurs du mal*, personne, en 1931, ne voulait voir arriver *Voyage au bout de la nuit* et personne non plus ne souhaitait, en 1960, la venue de *L'avalée des avalés*.

Ça me fait penser à Fabrice Luchini qui cite toujours, dans les trois quarts de ses entrevues, la même phrase de Paul Valéry : « La plupart des hommes ont de la poésie une idée si vague que ce vague même de leur idée est pour eux la définition de la poésie. » La phrase me revient à l'esprit parce que j'ai l'impression que c'est en se servant de ce vague-là comme « matière première » que l'industrie culturelle essaie d'offrir aux « consommateurs de culture » ce qu'ils « attendent » d'un roman, d'un film ou d'une *tune*.

Or, c'est peut-être bien parce qu'elles arrivent à proposer ce qu'on n'arrive pas tout à fait à demander que les œuvres qu'on qualifie d'importantes ou de fortes finissent par s'imposer. Qu'elles le fassent en prenant du temps comme dans le cas de Pessoa ou de Van Gogh, ou vite comme dans celui de Picasso ou de Balzac, importe peu. Une chose est certaine en tout cas, ni Giacometti ni Victor-Lévy Beaulieu n'auraient fait grand-chose d'excitant s'ils s'étaient contentés de répondre à ce qu'on attend bêtement d'une sculpture ou d'un roman.

On me dira peut-être que je saute du coq à l'âne, mais ce qui me vient à l'esprit quand je pense à ça est le beau court métrage d'Alain Resnais et Chris Marker, *Les statues meurent aussi*, sur le lent déclin de l'art africain. Quelque part au début du film, une voix hors champ nous déclare d'une façon un peu péremptoire qu'« un objet est mort quand le regard vivant qui se posait sur lui a disparu ». Mais le passage le plus troublant pour moi reste quand même celui où la même voix nous explique que cet art, d'abord peu connu en Europe, s'est mis, pendant les premières années du ^{xx}e siècle, à susciter un certain engouement puis, par la suite, à devenir une mode :

Mais, en même temps qu'il gagne son titre de gloire, l'art nègre devient une langue morte et, ce qui naît sur ses pas, c'est le jargon de la décadence. À ses exigences religieuses succèdent des exigences commerciales. Et, puisque le Blanc est acheteur, puisque la demande excède l'offre, puisqu'il faut

aller vite, l'art nègre devient l'artisanat indigène. On fabrique par milliers ces répliques de plus en plus dégradées des belles figures inventées par la culture africaine.

Le plus triste, c'est qu'en réduisant la culture à de la simple marchandise, l'industrie culturelle en a fait quelque chose d'aussi consensuel qu'une étagère. C'est ennuyeux parce que, ce qui reste d'excitant dans ce domaine, c'est quand même sa tendance à bousculer, à traverser, à fracasser la tristounette mollesse du consensus dans lequel nous baignons. C'est sa façon de nous laisser entendre que le bonheur qu'on nous montre dans les annonces de bière, de voitures ou encore de dentifrice est peut-être quelque peu léger, quand ce n'est pas carrément niais, d'autant plus qu'il ne diffère pas tellement de celui que la classe politique nous promet. Je me demande d'ailleurs si ce n'est pas pour cette raison-là, comme me le faisait remarquer un ami, que, dans les gros films hollywoodiens, ceux qui écoutent de la musique classique, qui ont une bibliothèque, de même que des tableaux, sont neuf fois sur dix des méchants.

5

Parlant de méchants, j'ai toujours trouvé que les faiseurs d'image du Parti républicain avaient, lors de la campagne présidentielle américaine de 2008, extraordinairement mis en place un mirage en tous points conforme aux idées reçues en matière de culture : faire passer Barack Obama pour un mautadit élitiste. Le fait que le candidat démocrate vienne d'une famille somme toute modeste ayant même dû, par moments, recourir à l'aide sociale pour survivre n'y faisait pas grand-chose. L'éducation qu'il avait acquise, en partie grâce à des programmes de discrimination positive, le plombait trop. Du coup, savoir articuler sa pensée était devenu la preuve formelle qu'il se câlissait du monde ordinaire. Mais, le plus vicieux, c'est que, du même souffle, les mêmes faiseurs d'image présentaient leur candidat, John McCain, comme un petit gars du peuple sous prétexte qu'il aimait les gros chars faisant « vroum, vroum ». Là encore, la réalité démentait l'image, mais ça semblait de peu d'intérêt. John McCain, en effet, est fils et petit-fils d'amiraux de la prestigieuse marine américaine. Je ne suis peut-être bien qu'un suffisant pelleteux de nuages, mais appartenir à une lignée de militaires de carrière ne me semble pas l'idéal pour se réclamer d'une filiation profonde avec les pauvres classes ouvrières.

Ce qui me trouble dans cette affaire-là, c'est surtout de constater que la démocratisation de l'éducation n'a toujours pas été à même d'effriter la méfiance que suscite une culture générale. Je veux bien croire que savoir lire, écrire et compter a trop longtemps été un privilège réservé aux nantis, mais quand même. Dans la mesure où faire des études, et même supérieures, n'implique plus, dans une bonne partie de l'Occident, que l'on fasse partie des *happy few*, ou que ceux-ci nous aient pris sous leur aile, considérer l'éducation comme un acquis nous faisant automatiquement basculer du côté des oppresseurs m'apparaît un petit peu farfelu. Je sais bien que l'école publique, de même que les systèmes de prêts et bourses, n'ont pas pour autant aboli les classes sociales, et que faire ses devoirs sur une table de cuisine dans un 4 1/2 où tout ce qu'on trouve d'imprimé est un *TV Hebdo* n'est pas le même exercice que de les faire dans sa chambre dans une maison où le livre est un objet aussi familier qu'une pinte de lait, mais il y a quand même quelque chose qui m'échappe dans tout ça.

6

D'après ce que je peux comprendre, si l'intellectuel suscite hargne et méfiance parce qu'il peut souvent prendre plaisir à ne pas flatter le gros bon sens dans le sens du poil, l'élitiste, pour sa part, s'avère un beau trou du cul par son désir de hiérarchiser les choses, plus précisément les travaux de l'esprit. En gros, ce qu'on semble considérer, c'est que, si « tous les êtres humains naissent libres et égaux en dignité et en droits », le principe s'applique *ipso facto* à ce qu'ils écrivent, mettent en scène, en images ou en forme d'une façon ou d'une autre. Penser que ce n'est pas tout à fait juste s'avère du coup antidémocratique, quand ce n'est pas fascisant. En bref, comme on le sait trop, des goûts et des couleurs il est bien odieux de discuter, ce qui reste quand même une drôle de conséquence du relativisme culturel auquel nous a éveillés Lévi-Strauss. Enfin, le résultat semble être que la seule hiérarchisation encore acceptable est celle qui a trait aux performances du corps. Des compétitions sportives aux concours de mangeurs de hot-dogs, désigner ceux qui s'en sont le mieux sortis ne cause toujours pas de problème. On peut ainsi sans craindre les foudres de qui que ce soit déclarer que Wayne Gretzky est un meilleur joueur de hockey que Lars Eller. Malheur, par contre, à la tête de linotte qui osera avancer que Gabrielle Roy est meilleur écrivain qu'Arlette Cousture.

On aura beau me dire que c'est parce qu'au contraire de celles de l'esprit, les performances du corps se comptabilisent scientifiquement — engloutir 52 hot-dogs en 10 minutes, montre en main, c'est sans conteste faire mieux que d'en avaler 33 —, mais il m'apparaît quand même délicat d'avancer que tout ce qui ne se calcule pas ne peut être mesuré. En fait, je me demande par moments si tout ça n'a pas des racines plus vicieuses : et si c'était, plus simplement, plus tragiquement aussi, que ce type de hiérarchie n'a pas de conséquences politiques ?

Parce que refuser de hiérarchiser ce qu'on dit, ce qu'on pense ou met en forme, ce qui revient à affirmer que rien ne possède de valeur intrinsèque, c'est immanquablement choisir la loi de la jungle ou, enfin, du marché, ce qui nous ramène à l'industrie, à tout le moins à son carré de sable préféré. Les chaînes de librairies comme Archambault, Renaud-Bray ou Indigo en sont de parfaits exemples : on est là dans des temples de la consommation comme on l'est chez IKEA, Gap ou encore Brault et Martineau. Tout ce qu'on peut y faire, c'est acheter, ou reluquer, ou voler, parce que, sans même se rendre compte que les choses pourraient être autres, on se soumet à l'idée maîtresse que ce qui émane des arts et de la réflexion n'est qu'un produit comme les autres et, de ce fait, ne saurait avoir aucune incidence sur la vie publique ou privée. C'est comme ça que le dernier livre de Chrystine Brouillet ou d'Amélie Nothomb trônera en pile pyramidale sur un présentoir, mais que celui d'un André Major ou d'un Péter Esterházy sera cantonné à une mise en place plus discrète. Je ne tente bien sûr pas de dire ici que ça devrait être le contraire, soit des montagnes de Hegel et de Schopenhauer, et juste quelques exemplaires de Paulo Coelho, mais on pourrait peut-être essayer que ceux qui entrent dans une librairie, un musée, un cinéma ou un théâtre ne soient pas pognés pour n'être que de bêtes consommateurs. La tâche est bien sûr gigantesque. D'une part, parce qu'il faudrait avoir le goût de s'arranger pour que ce soit à l'industrie de s'adapter aux œuvres et, d'autre part, parce qu'il faudrait aussi avoir envie de cesser de beugler qu'il nous faut absolument créer de la richesse. Quand je pense à une amie qui me racontait que sa fille de sixième année, comme tous les élèves de sa classe, avait le doux bonheur de recevoir, par pure générosité, de la part de Quebecor, son exemplaire quotidien du *Journal de Montréal*, et ce, bien entendu, à de nobles fins pédagogiques, je me dis que ce n'est pas demain la veille.

Pour en revenir à mes moutons, je m'explique mal que le plaisir que je prends à lire des auteurs aux capacités commerciales, disons, aléatoires puisse être perçu comme une façon à peine détournée de mépriser le vrai monde. Une œuvre, quand même, quand c'est fait comme il faut, ne fait que suggérer un regard qui n'est pas celui que martèle toujours toute époque à ses contemporains. Dans une certaine mesure, je pense même qu'on pourrait résumer le rôle de l'art à celui de l'opposition officielle dans un gouvernement. André Major a une belle expression pour le dire, il parle de « l'obscur contre-pouvoir du langage⁸ ». Or, et c'est là qu'on en revient à la démocratie, sans contre-pouvoir, le pouvoir peut, à loisir, comme l'eau qui remplit une baignoire, prendre peu à peu toute la place, déborder, ruiner le plancher et, avec un peu de chance, dévaster également le plafond de la famille d'en bas. Je ne dis bien sûr pas que la littérature ou les arts peuvent tout, et surtout pas qu'ils ont la capacité de nous sauver de quoi que ce soit, mais, au moins, il arrive parfois, j'oserais dire si on a de la chance, qu'en plus de nous faire passer le temps d'une manière agréable, quand on y est bien sûr sensibles, les arts et les humanités nous aident, par petits éclairs intermittents, à nous réveiller du cauchemar de l'Histoire, comme le disait James Joyce. Or, il s'avère que, notre cauchemar à nous, c'est celui de l'ivresse du progrès, de la croissance, du développement durable ou pas, bref il s'agit d'un cauchemar formaté par des normes industrielles plutôt que politiques.

Je repose donc ma question : comment est-ce qu'en aimant reprendre mon souffle du côté de ce qui se méfie non seulement de ce credo-là, mais aussi de tous les petits catéchismes avec lesquels le pouvoir aime nous faire chier, puis-je être considéré comme un ennemi de la démocratie ? Il y a des jours où je me dis que c'est parce que l'élite est parvenue, au fil du temps, à enfoncer cette idée-là dans la tête du monde.

8. C'est dans *Le sourire d'Anton*, aux Presses de l'Université de Montréal. Je ne vous donne pas la page, ça vous donnera l'occasion de le lire en entier.