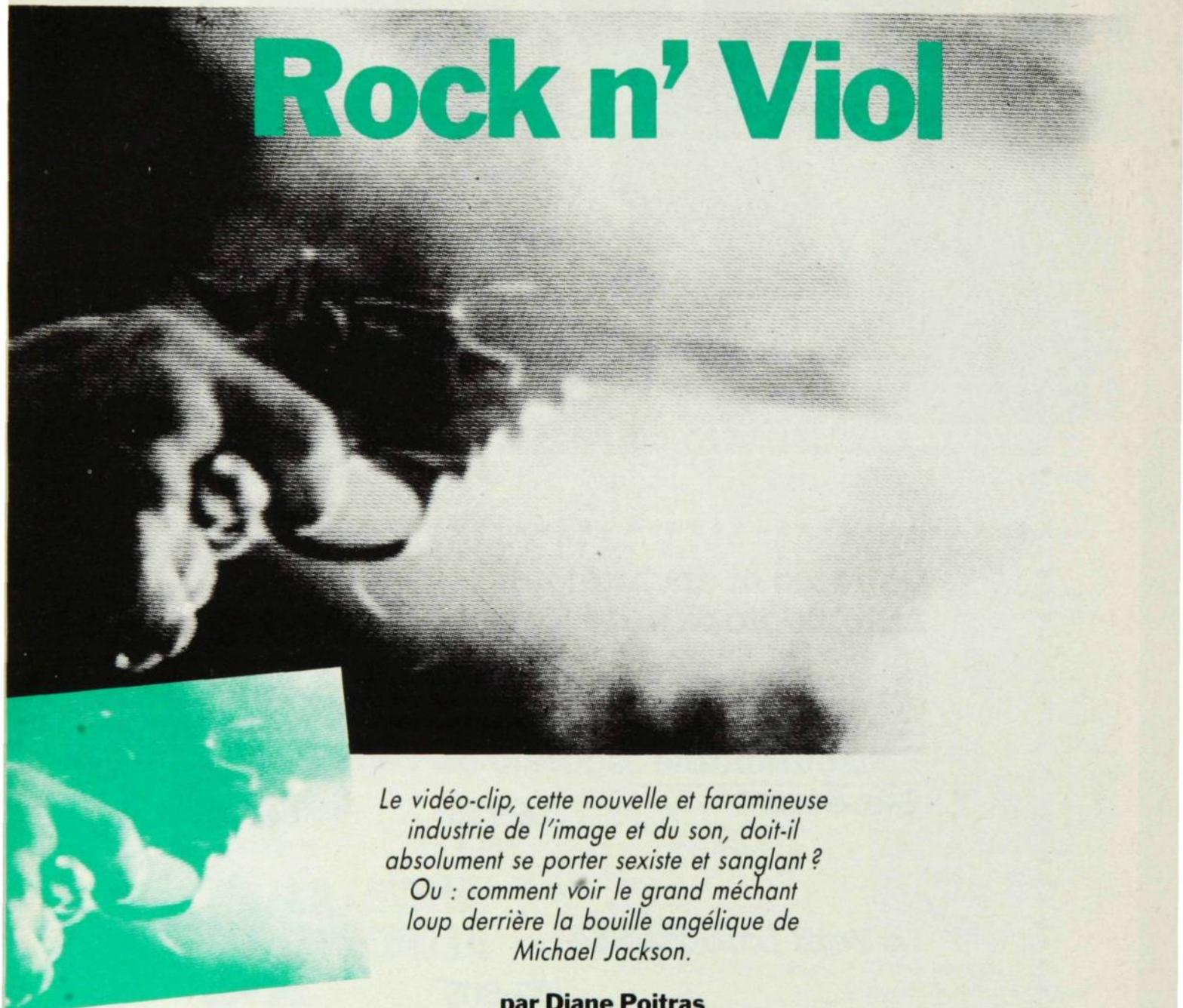


L'industrie de la rock-vidéo



Rock n' Viol

Le vidéo-clip, cette nouvelle et faramineuse industrie de l'image et du son, doit-il absolument se porter sexiste et sanglant ? Ou : comment voir le grand méchant loup derrière la bouille angélique de Michael Jackson.

par Diane Poitras

L'histoire se passe dans un pub anglais. Une petite histoire de rien du tout. La serveuse, elle en a vu d'autres, reçoit au passage une tape sur les fesses. Elle en a vu d'autres, mais des fois c'est trop. Elle a un geste irrévérencieux : montre le doigt. Et continue son travail. Elle est là pour ça.

Si on ne peut plus s'amuser ! Vexé, le client : blessé, le mâle ; et qui plus est, devant ses chums de gars ! Il lance un cou-

teau, c'est tout. La serveuse le reçoit dans le dos. Un téléviseur, dans le pub, montre le visage de la femme. Le sang qui sort de sa bouche. Fait divers. Les clients continuent de manger, boire et danser, indifférents à la violence qui vient de se produire, là.

Cette histoire n'est pas tirée d'un film d'horreur destiné à un public sélect et blasé. Non : il s'agit d'un vidéo-clip du groupe anglais Trio, produit pour accompagner leur succès *Da da da*. On l'a vu en début de soirée, sur le câble, canal «jeunesse». À la même émission, j'avais un jour la

surprise d'entendre à peu près ceci : «...et en exclusivité, à Radio-Vidéo, vous pourrez voir *Undercover of the Night* le fameux vidéo des Stones interdit en Angleterre à cause de sa violence» !

Juste des monstres

Si vous êtes abonné-e au câble, vous savez que depuis septembre 1984, moyennant un supplément, vous avez droit au premier canal canadien diffusant des vidéo-clips 24 heures par jour, Much Music. Mais il n'est pas nécessaire d'avoir le câble pour

recevoir quelques heures par semaine de ces vidéos. Il suffit de surveiller Radio-Canada (anglais) et CTV, en fin de soirée ou à 5 heures tous les après-midi. Je me surprends à penser qu'heureusement, l'enfant qui habite chez moi n'écoute jamais la télé avant *Passe-Partout*.

Mais voici qu'un jour il rentre de la garderie, excité, en me racontant l'histoire de *Thriller*. «Mickoul (sic) Jackson, il danse avec les monstres qui courent après la fille. Et puis...» Il est excité. Les mots se bousculent. Il a eu peur, dit-il, «mais Mickoul, c'est pas un monstre, c'est un bon : c'est lui qui sauve la fille». Je lui dis que je trouve ça un peu violent. «Mais non, m'explique-t-il, je l'ai vu, le vidéo qui explique *Thriller*, et c'est juste des monstres en carton !» Je me rappelle avoir lu quelques jours auparavant que le CSF se félicitait d'avoir retiré les

can. quasi féministe !) John Cougar, dans *Hurts so good*. «tripe» sur sa moto, sur les fesses de femmes (toujours en gros plan) et sur les chaînes. *Torture* le tout dernier vidéo des frères Jackson, joue sur une omniprésente suggestion de violence, avec de méchantes séductrices qui attirent leurs proies, mâles il va sans dire, jusque dans la toile d'une monstrueuse araignée.

Il faut être juste : certaines productions, ici et là, se distinguent par leur originalité et même par une certaine subversion : *Hyperactive* de Thomas Dolby, les vidéos de Laurie Anderson ; *Love is Battlefield*, de Pat Benatar.¹ Mais le courant principal, il faut l'admettre, se complait dans la valorisation du machisme et/ou de la violence, en particulier de la violence sexuelle. Le héros est «playboy», bien habillé, bien chromé, genre Duran Duran (leur fétichisme à eux,

visibles, de les brasser dans un jus mielleux et de nous faire avaler le tout comme une potion magique. «Michael Jackson, c'est quand même moins macho», me dit une amie.

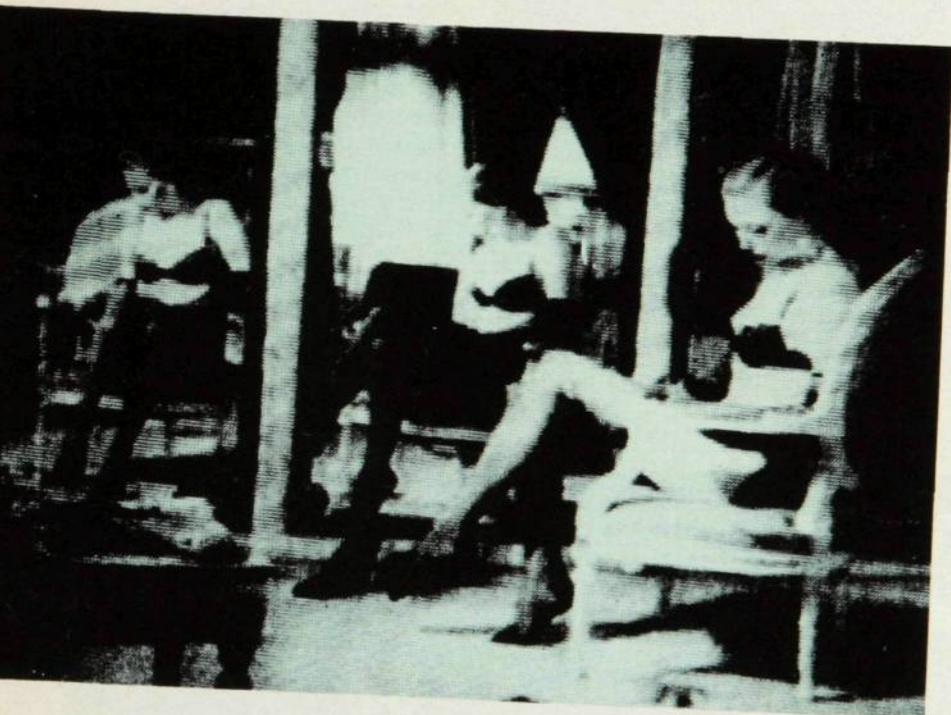
Thriller et le Chaperon rouge

Le début de l'histoire a une odeur vaguement rétro. Ces premières images me rappellent James Dean, ses filles et ses chars. Je pense aussi à cette scène du film *Diner* que le personnage principal résumait ainsi : «It's fuck or fight !». Jackson fait une déclaration d'amour à sa petite amie de 13 ou 14 ans (couche supérieure de la courbe d'âge du public visé). Elle a les yeux brillant d'admiration béate. Jackson se transforme en loup-garou et l'admiration fait place à l'horreur.

On découvre soudain que cette scène est en réalité extraite d'un film que notre héros est allé voir avec une autre petite amie. La salle résonne des cris de la malheureuse victime. La petite amie-spectatrice veut quitter le cinéma. Le jeune homme se fait prier : il s'amuse, lui. Elle insiste. Il finit par accepter. Suit alors un échange digne du premier prix de la caricature du discours du violeur. Goguenard : «Tu as eu peur, hein ?» Hésitante : «Non, c'est pas ça...» Insistant et plus provocant : «Allez, dis-le, t'as eu peur !» Agacée et vaguement honteuse : «Non, je voulais juste m'en aller...»

C'est la nuit. Ils marchent dans les rues désertes et rencontrent une armée de morts-vivants tout frais sortis de la tombe, la peau en décomposition, l'oeil coulant et l'habit un peu fripé. (Au fait, Jean-Claude Gruenler, de Vidéogramme, l'un des principaux fournisseurs des clubs vidéo du Québec, me disait récemment que leur plus gros vendeur n'était pas le «film de cul» mais le film d'horreur. Ils ont le «pif» pour le marketing, ces Jackson !)

Retour à *Thriller* : les affreux, Michael à leur tête, poursuivent la fille jusque dans la maison abandonnée où elle a tenté de se réfugier. Au moment même où on se dit qu'elle est foutue, elle se réveille, devant la télé dans les bras de son agresseur-sauve-



manuels sexistes des écoles. Pendant ce temps, dans certaines garderies, on montre aux enfants des histoires de viol et on leur explique que ce n'est pas violent puisque c'est pas «pour le vrai».

Playboy et Barbie

Le vidéo-clip, peut-on lire partout, c'est l'innovation qui permettra de sauver l'industrie du disque. Et ma foi, à voir l'invasion de ces images, je n'ai pas de mal à le croire. Ce que l'histoire ne dit pas, par contre, c'est que cette «innovation» vient aussi à la rescousse du patriarcat le plus grossier, et alimente le retour au mysticisme et autres valeurs aussi désespérément traditionnelles. Dans *I'm so Excited*, des Pointer Sisters, une orgie de bain de mousse, de maquillage et de garde-robe ferait pâlir toutes les publicités réunies de Cover Girl et Wonderbra (Domage, car j'avais tellement aimé leur *Yes, we*

c'est le jet d'eau propulsé sur un corps de femme). Sinon, il est «rocker-crispé-à-la-gueule-hargneuse», comme tous les Heavy Metal et les soi-disant moins heavy tel Billy Idol (qui, lui, a un faible pour le claquement de fouet et le kit du parfait sado-maso).

L'héroïne, vue par ces messieurs, a le style poupée Barbie à la peau huilée ou jeune fille virginale. Dans mes jours sombres, je trouve que c'est à bailler d'ennui.

Il est vrai que la violence de *Da, da, da* et de *Undercover of The Night* atteint des niveaux exceptionnels. Et à côté de ces excès, il est vrai aussi que Michael Jackson a l'air angélique. Mais je vais vous faire une confidence : il commence à me faire frire, cet ange faussement androgyne, un rien «bum», avec ses discours reaganien de petit catéchiste. Car il est passé maître dans l'art d'étaler devant nous toute une brochette de contradictions bien claires, bien



ACTUALITÉ

teur. Une autre plaisanterie du même goût que la première. Mais juste avant le dénouement, on a le temps de voir le couple enlacé. Et par-dessus l'épaule de la jeune fille enfin en sécurité, le visage de Jackson se tourne lentement vers la caméra et... redevient loup-garou.

Comme dans *Le Petit Chaperon rouge*, le message de *Thriller* est clair : ce monde est menaçant pour les femmes, pour toutes les femmes, et à chacune, il faut un homme pour la protéger. La différence, c'est que *Thriller* nous apprend en plus que tous les hommes sont des violeurs en puissance ! Chose étonnante : les hommes qui ont réagi si fort lorsqu'ils ont entendu cette affirmation pour la première fois ne bronchent pas devant *Thriller*. Il n'a pas fini de courir, le Petit Chaperon rouge...

Sexisme, violence et quoi encore ?

La production de vidéo-rock, on le sait, représente beaucoup de fric. On estime qu'en 1983, 250 000 propriétaires d'appareils vidéo ont dépensé 40 millions \$ en location de cassettes. La même année, on dénombrait 3 000 clubs vidéo au Canada et ce chiffre, conservateur selon certains, devrait tripler d'ici 1988². Enfin, avec sa

promotion pour Much Music, Vidéotron prévoyait en septembre augmenter sa clientèle de 8 à 10%.

Cette industrie, donc, a aussi les moyens d'avoir ses propres défenseurs. Les vidéo magazines, les rock magazines, les rock-vidéo ou vidéo-rock magazines abondent dans les kiosques. On trouve aussi des chroniques rock dans les journaux traditionnels comme *La Presse*. Il est jusqu'à la revue *Cinéma Canada* qui consacrait six pages de son numéro d'octobre dernier à l'apologie de la «Rock-Video Revolution».

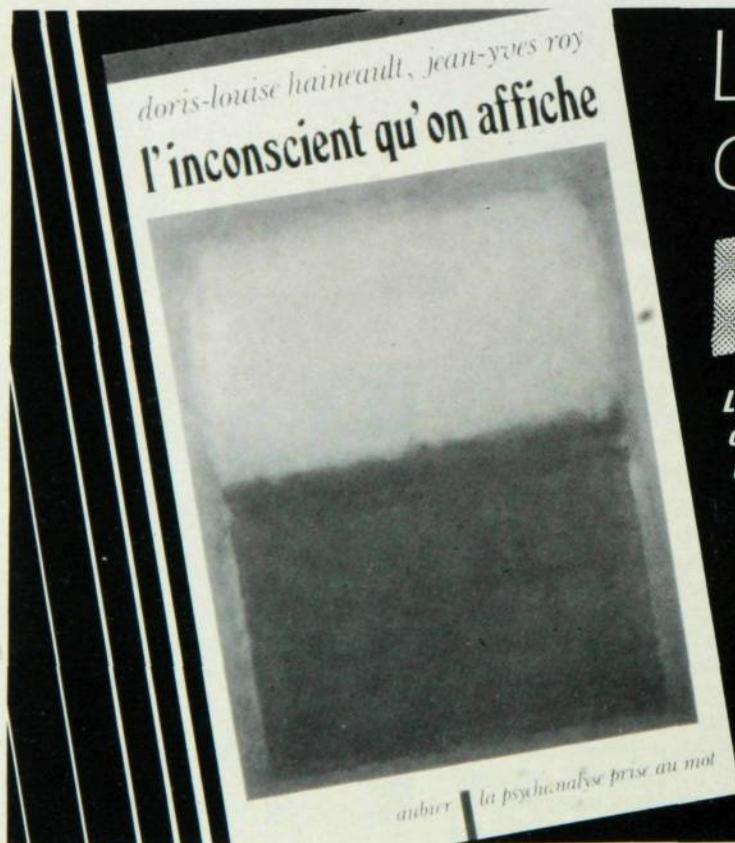
Et dans tout ceci, pas l'ombre d'une trace de critique face à la violence et au sexisme. Au contraire, lorsque les chroniqueurs abordent le contenu, c'est pour le défendre avec énergie. Leur premier argument : le rock n'roll, c'est précisément ça, du sexe, de la violence, de la musique. «Sex, rage and aggression» dit John Harkness, dans *Cinéma Canada*.

Merci pour l'information, mais on avait déjà remarqué. Serait-il possible, par contre, d'aimer la musique rock sans pour autant perdre un certain esprit critique ? Une fois qu'on a dit que le rock, c'est violent et que le blues, c'est sexiste, peut-on espérer que les choses avancent un tout petit peu ? Est-ce que toute forme de culture doit rester figée à jamais dans le béton ?

Par manque d'imagination

L'autre argument invoqué par ces défenseurs de la rock-vidéo et de l'ordre macho, c'est le ras-le-bol généralisé des jeunes, leur écoeurement face à la société héritée de leurs aînés : le rock correspondrait à leur vision du monde. Là, j'avoue que le coup fait plus mal. Le taux de suicide des adolescents, l'immense dépotoir que devient cette planète, sont des constats d'échec irréfutables pour quiconque a plus de 30 ans.

Mais si on commence à en mettre plein la gueule aux enfants dès l'âge de cinq ans, je comprends qu'ils et elles soient écoeurés-e-s avant l'adolescence. Bien sûr que les jeunes se sentent piégés devant leur avenir fermé, jetés dans un monde absurde qui risque de péter à tout moment, bien sûr ! Mais une fois qu'on a dit ça, est-ce que ça justifie les femmes assassinées de *Trio*, les tentatives de viols de *Thriller* ? Et surtout, est-ce que ça justifie ceux qui fabriquent ces images ? Car, ne nous racontons pas d'histoire, le rock n'est plus aujourd'hui une forme d'expression culturelle marginale. Il est bien intégré et bien récupéré. C'est une soupape qu'on offre aux jeunes à grands coups de millions.



L'inconscient qu'on AFFICHIE

La publicité, on en consomme, on en vit, on en rêve tous les jours. Mais qu'est-ce qui fait donc marcher la publicité ?

Quelles sont ses armes secrètes et qu'affiche-t-elle pour que chacun s'y retrouve pour un temps fasciné ?

Éditions
Aubier

Diffusion
Flammarion

Et enfin, pour ce qui est du sexe, il faudrait avoir l'honnêteté de ne pas confondre sexualité et sexisme. La vidéo-rock ne nous montre rien d'autre qu'une sexualité basée sur des rapports inégaux et violents entre les hommes et les femmes. Cette réalité nous en avons aussi ras-le-bol. Les petites filles qui se font péter les oreilles par les «gun starwar» de leurs frères, elles aussi, trouvent ce monde bien peu invitant. Avec la violence et le sexisme, les fabricants de vidéo-rock misent sur des valeurs sûres, mais ne serait-il pas grand temps de cesser d'empiler ordures par-dessus ordures et violence par-dessus violence pour masquer son manque d'imagination? **FIN**

Diane Poitras, cinéaste indépendante, a réalisé *La perle rare* (1980) et *Pense à ton désir* (1984). Elle collabore régulièrement à *La Vie en rose*.

1/ Il est intéressant de noter que l'intrigue de ce vidéo de Pat Benatar a été jugée ridicule par la plupart des chroniqueurs que j'ai lus. C'est l'histoire d'une révolte de prostituées contre leur proxénète. Tiens, tiens... Pour plus d'information sur les productions «intéressantes», voir l'analyse de Lisa Steele dans *FUSE*, les numéros de février et printemps 1984.

2/ Ces chiffres sont tirés d'un reportage d'André Bédard aux nouvelles de Radio-Canada, en avril 1984.

Intéressant : à lire sur le même sujet, «Misygynie, racisme et violence dans la musique rock», un article de Maryse Guénette paru dans la *Gazette des femmes*, no mai-juin 1984.

Thriller

Thriller dure 14 minutes et a coûté plus d'un million \$ ce qui, même pour un long métrage, ne serait pas si mal comme budget!

Michael Jackson, peut-on lire partout, ne fume pas, ne boit pas, ne se drogue pas. Lorsqu'il est venu à Montréal en septembre dernier, on nous a bien expliqué que son spectacle était pour toute la famille. Évidemment: comment aurait-on pu vendre ces billets à 40 \$ l'unité sans inviter les parents? Ce sont les enfants qui feront acheter les disques et les cassettes mais ce sont les parents qui ont le fric.

Victory Tour

«Une fillette de onze ans force les Jackson à modifier leur politique de vente de billets». Au tout début de la célèbre tournée américaine des Jackson Five, on a offert comme un bonbon un mini-scandale bien monté à la presse internationale. Le prix de ce spectacle itinérant était fixé à 30 \$ aux U.S.A. Mais pour y assister, il fallait déboursier 120 \$, pour quatre billets. Le prix des trois autres était bien sûr remboursable, mais entre temps, l'argent avait rapporté! Michael s'amène un jour en conférence de presse avec la lettre poignante d'une petite fille qui exprime sa déception. Il déclare alors que cette poli-



tique sera modifiée et que «les gains réalisés au cours de cette tournée seront versés à des oeuvres de charité». Et allez hop! Puisqu'on sait depuis longtemps que le ridicule ne tue pas.

N • O • U • V • E • A • U • T • É • S

LES RAPPORTS CULTURELS entre le QUÉBEC et les ÉTATS-UNIS

Dans le passé, nos rapports de voisinage avec les Américains ont puissamment contribué à façonner nos idéologies et nos mouvements sociaux; cela caractérise aussi la situation d'aujourd'hui.

La société québécoise a été touchée profondément par ce qu'on nomme tantôt l'industrialisation, tantôt l'américanisation, tantôt la modernité... Souvent «séduite» par l'ailleurs, motivée aussi par une nécessité culturelle qui écarte des déterminations purement économiques et politiques, cette société a été amenée à se poser constamment la question de son devenir.

Pour inciter à mieux voir cette conjoncture et à l'analyser plus à fond, cet ouvrage présente des études qui en exposent des aspects fondamentaux.

280 pages

17 \$

Juifs et réalités juives au Québec

Pour la première fois en langue française, un ouvrage s'efforce de présenter une vue d'ensemble de la minorité juive au Québec. Au coeur de ce portrait, se trouve la difficile question de l'identité juive, qui renvoie elle-même à la persistante question de l'identité québécoise. Les collaborateurs de l'ouvrage y expliquent les multiples facettes de la réalité juive au Québec sous un jour nouveau: immigration et démographie, économie et organisation sociale, idéologies, religion, littérature.

Un livre qui permettra sans doute de dissiper bien des malentendus.

370 pages

20 \$

Ces ouvrages sont disponibles dans toutes les librairies ou à:



Institut québécois de recherche sur la culture
93, rue Saint-Pierre
Québec (Québec)
G1K 4A3
tél.: (418) 643-4695