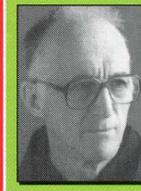


PRÉSENCE

M A G A Z I N E

VOLUME 4 N° 27

JUIN/JUILLET 1995 - 3,75 \$



SPIRITUALITÉ

Et la
sagesse?

DOSSIER

L'humour...

**C'EST
SÉRIEUX!**





MARIE GRATTON*

La «pub» dans tous ses états

Elle vous promet tout: la santé, le succès, la sécurité et le «sex appeal», et pour faire bonne mesure: la fortune et l'amour. Si elle n'a pas encore réussi à vous attirer sous les tropiques en janvier, elle vous assure que la voiture qu'elle vous présente dans un décor virtuel démarrera, sans un hoquet, les matins de grand froid battus par un vent sibérien.

Les compagnies aériennes qui font appel à ses services nous ouvrent, disent-elles, les portes de tous les continents et nous présentent leurs trésors sur des plateaux d'argent. Leurs plateaux et notre argent. Les ailes du désir ne nous incitant habituellement pas à nous envoler définitivement, elles ont compris l'ambiguïté qu'il y avait dans la promesse de nous ouvrir aussi les portes du ciel. Elle nous propose des petits riens, utiles ou futiles, de l'indispensable, du nécessaire, du superflu, du luxe fou. Elle voudrait bien nous faire croire qu'au bout du compte, il y a le bonheur.

ELLE EST PARTOUT!

Elle nous promet monts et merveilles, ai-je dit, mais depuis un certain temps, vous l'avez sans doute comme moi remarqué, elle nous menace aussi du pire: de la maladie et de la mort. La peur du malheur se vendrait-elle aussi aisément que l'attrait pour le plaisir? Elle nous poursuit du matin au soir, à chaque page, ou presque, de nos journaux et magazines. *Présence* même, le croiriez-vous, aimerait bien vous en présenter davantage pour mieux équilibrer son budget. C'est une confiance tout à fait entre nous, qu'il ne faut répéter qu'aux personnes susceptibles de nous annoncer les beaux et bons

services qu'elles peuvent nous rendre. Entre 2 disques à la radio, aux 10 minutes à la télé, à la ville, à la campagne, sur la rue et parfois même dans le ciel, elle est là. «*From womb to tomb*», comme disent les Américains, avant même le berceau et jusqu'au tombeau, elle nous invente des besoins.

Sa suppression creuserait un vide dans nos paysages urbains, répandrait la grisaille dans notre quotidien, nous priverait de nos émissions préférées, signerait le décret de mort de nombreuses publications, risquerait même de nous engourdir l'esprit tellement nous sommes habitués à vivre sous l'emprise de ses stimulations.

Vous l'avez reconnue: j'ai nommé la publicité. La «pub» pour les intimes. Pas besoin d'en être fous pour reconnaître que nous aurions du mal à vivre sans elle. Bien conçue, surtout bien utilisée, elle nous informe, nous aide à user de discernement et – théoriquement – facilite des choix plus éclairés.

NÉCESSAIRE MAIS ENVAHISSANTE

Nous avons aussi bien du mal à vivre avec elle. Elle est envahissante, souvent ennuyeuse, parfois effrontée, stupide ou mensongère. À nos appétits toujours en éveil nous sentons bien qu'elle promet plus qu'elle ne tient. Il arrive qu'elle nous mente comme un arracheur de dents, et qu'après nous avoir séduits elle nous abandonne, piégés sous les factures à payer et encombrés d'objets inutiles.

Il paraît qu'il faut être d'une insondable

naïveté et d'une inconscience de même profondeur pour prétendre que la publicité n'a pas ou peu de prise sur soi. Si elle n'arrivait pas à percer la carapace de méfiance, de doute, d'apathie ou d'indifférence du plus grand nombre de consommatrices et de consommateurs, les sociétés commerciales, des plus petites aux plus grandes, ne dépenseraient pas des fortunes pour promouvoir leurs services ou leurs produits. Et pourtant, il me semble qu'il y a moyen de tirer des messages publicitaires les mieux faits, les plus drôles ou les plus beaux un plaisir esthétique, sans pour autant se croire obligés de courir acheter les produits qu'ils présentent.

UN CERTAIN «MONSIEUR B»

Comme beaucoup de monde, je suis tombée sous le charme de Monsieur B, de son grand dadais de fils, de son beau-frère casse-pieds



Avez-vous fait des études, Marie Gratton?

et de son inénarrable mère. Je sais que Julie est charmante sans jamais l'avoir rencontrée. Les yeux de Monsieur B s'illuminent, sa rage de dents se dissipe et il se met à bafouiller quand elle lui donne un coup de fil. Elle est irrésistible, l'affaire est entendue. Avec un décor minimaliste, une galerie de personnages bien typés, de l'humour, Monsieur B m'a conquis. J'attends sa prochaine trouvaille, mieux, je l'espère. Et pourtant, je n'ai acheté aucun des nouveaux gadgets que m'a proposés la compagnie qu'il représente depuis qu'il m'a accroché l'oeil et l'oreille pour la première fois. Je m'en suis tenue au service de base et à mon usage habituel de l'interurbain. Si tout le monde faisait comme moi, Monsieur B serait peut-être déjà mort évidemment, mais enfin, je ne me sens pas responsable de sa survie ni de la prospérité de ses employeurs.

Je n'ai pas permis à Monsieur B de me créer un seul nouveau besoin. Les publicités dont je peux me défendre et qui m'amuse, en prime, me laissent l'âme sereine. Mais quand les gouvernements dépensent de l'argent, mon argent, pour me vendre leurs idées ou leurs lubies, je suis moins bon public. Lorsque j'apprends par exemple qu'on

«DURANT LES PROCHAINS MOIS,
POUR UN "OUI", POUR UN "NON",
LES MILLIONS VONT VALSER.

DÉJÀ J'EN TRÉPIGNE DE RAGE.

DE GRÂCE, QU'ON CESSE DE ME VENDRE UN

PAYS OU UN AUTRE, MAIS QU'ON NOUS

RENDE L'UN ET L'AUTRE MEILLEURS,

NON PAS À COUPS D'IMAGES CONÇUES

À GRANDS FRAIS, MAIS EN ÉLABORANT

DES POLITIQUES QUI NOUS METTRONT TOUS

À L'OUVRAGE POUR LA CONSTRUCTION

D'UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE.

VOILÀ MON RÊVE.»

a englouti plusieurs millions pour une campagne publicitaire visant à redorer l'image des assistés sociaux, je dis qu'on gaspille les fonds publics. Ces millions-là, c'est ailleurs qu'il aurait fallu les dépenser, non pas pour créer une meilleure image des bénéficiaires de l'aide sociale, mais bien pour leur créer de l'emploi, après leur avoir offert des programmes adaptés pour favoriser leur réinsertion dans les milieux de travail, par exemple. S'ils existent, qu'on les améliore! À défaut de prévenir ou de guérir les maux dont nous souffrons

comme société, on ne trouve rien de mieux que de nous donner un faux air de santé.

**POUR UN «OUI» OU
POUR UN «NON»...**

Des campagnes publicitaires liées à des taxes élevées avaient fait diminuer l'usage du tabac chez nous. Je trouve étrange donc, pour ne pas dire idiot, qu'après avoir baissé les taxes sur les cigarettes, en sachant parfaitement que leur consommation, de ce simple fait, connaîtrait une remontée, particulièrement chez les jeunes, on songe maintenant à effrayer les enfants et à les dissuader de fumer sur un air de «rap», scandé de quintes de toux. Je ne trouve pas ça *cool* du tout. L'inco-

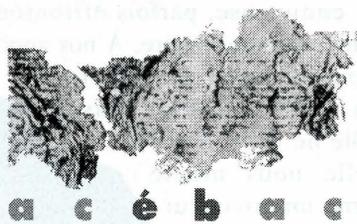
hérence nous coûte cher «à mort». Et partout elle répand la terreur.

Durant les prochains mois, pour un «OUI», pour un «NON», les millions vont valser. Déjà j'en trépigne de rage. De grâce, qu'on cesse de me vendre un pays ou un autre, mais qu'on nous rende l'un et l'autre meilleurs, non pas à coups d'images conçues à grands frais, mais en élaborant des politiques qui nous mettront tous à l'ouvrage pour la construction d'une société plus juste. Voilà mon rêve. J'ai hâte qu'il cesse d'être «virtuel» (comme certains des époustouflants paysages que nous présente la publicité), et qu'il devienne réalité.

Certaines campagnes publicitaires visent le lavage de cerveau, c'est bien connu. La maman de Monsieur B, elle, m'attend, le sourire en cœur, quand je vais me... laver les mains au bout du corridor où j'ai mon bureau. De son affiche, elle me demande: «*Avez-vous fait des études, vous?*» Je lui réponds: «*Un peu, mais face à la bêtise, cela ne m'est pas toujours d'un grand secours.*» Julie ne dirait pas mieux. ■

* Marie Gratton est professeure à la Faculté de théologie de l'université de Sherbrooke.

UN ANNIVERSAIRE BIBLIQUE



L'Association catholique des études bibliques au Canada (ACÉBAC) fête son 50^e anniversaire de fondation. Quoi de mieux que l'«écriture» pour souligner cet événement! L'ACÉBAC vient de publier, aux Éditions Fides, un ouvrage intitulé *De bien des manières... La recherche biblique aux abords du 21^e siècle*. Toutes nos félicitations à une association qui a su faire progresser la recherche et qui donne le goût de lire la Bible autrement.