

Pour quelques canaux de plus

Yves Rousseau

Number 72, 1994

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/23122ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Rousseau, Y. (1994). Review of [Pour quelques canaux de plus]. *24 images*, (72), 24–25.

POUR QUELQUES CANAUX DE PLUS

par Yves Rousseau

Branle-bas de combat à Ottawa, on se bouscule à la porte de Keith Spicer, le patron du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) l'organisme fédéral garant de la canadianité des ondes. Que font ces investisseurs, gestionnaires de réseaux, aventuriers des communications, spécialistes des techniques de pointe? Ils bataillent farouchement pour obtenir une part du gâteau télévisuel avant que ne déferle le rouleau compresseur des centaines de canaux des satellites de diffusion directe (DDS), poétiquement baptisés «étoiles de la mort» par les câblodistributeurs (câblos) canadiens et québécois.

Ces derniers sont aussi des télédiffuseurs conventionnels. Par exemple TVA, qui est propriété de Vidéotron, est également associé à Pelmorex (propriété de Météomédia, diffusé par plusieurs compagnies de câble) dans le projet de Canal Nouvelles (uniquement des bulletins de nouvelles à toutes les demi-heures) qui fait l'objet d'une demande au CRTC pour faire partie du futur service de base du câble. Vous me suivez?

En fait, tous ces gens sont d'accord sur trois choses. D'abord, parler le plus possible de technologie et le moins possible de contenu; ensuite convaincre le public, ceux qui vont financer leurs entreprises, qu'il est impératif d'avoir toutes ces nouvelles chaînes, en particulier au moins une qui diffuserait de l'information en continu en français; et finalement miser sur l'imminence de la menace amé-

ricaine pour faire pression sur le CRTC.

La menace américaine est à la fois bien réelle et diffuse. Mais en acceptant cet argument, le CRTC endosse un transfert dans l'identification des victimes. Au départ ce sont les câblos canadiens qui ont peur de se faire souffler leur marché. Le téléspectateur canadien est un être immédiat qui ne se pose pas la question nationale avant de zapper, il veut un bon show. Les câblos ont tout à gagner en se drapant dans la dignité de défenseurs de l'identité canadienne alors qu'ils sont les défenseurs d'une industrie, la leur. Là où ils diffèrent des américains, c'est dans la technologie. Le DDS passe par satellite et tous les CRTC de la terre ne pourront empêcher notre téléspectateur canadien d'acheter une soucoupe de 50 cm, la planter dans son jardin, tournée vers le sud et captant des centaines de signaux venus du ciel. D'autre part, cette menace est beaucoup moins sensible au Québec, où le téléspectateur préfère encore, à court et moyen terme, des émissions en français.

Cette particularité du marché québécois met aussi en évidence sa petitesse, qui rend fort aléatoire l'hypothèse d'une déréglementation totale des services du câble telle que prônée par

**«L'oubli puissant habite sur tes lèvres
et le Léthé coule dans tes baisers»**

Baudelaire

Florian Sauvageau¹ au nom du Centre d'études sur les médias. La petitesse du marché ferait que bien peu de chaînes pourraient attirer une masse critique de cotisants volontaires suffisante pour survivre. Et on sait qu'à la télé, la qualité est généralement inverse à la popularité. Et je ne parle pas de l'effet de cloisonnement supplémentaire qu'aurait cette politique.

Nos câblos ont investi énormément d'argent dans les nouvelles technologies d'acheminement des signaux, permettant leur multiplication et surtout l'interactivité. Ils veulent rentabiliser leur mise rapidement, d'autant plus que les compagnies de téléphone s'intéressent de près à la même clientèle à partir de leurs propres réseaux. La logique des câblos est à peu près celle-ci: nous avons construit des tas de routes, de chemins de fer et de canaux pour vous. Maintenant il faudrait construire des voitures, des trains et des bateaux pour occuper cette belle structure. On ne sait pas encore ce qu'on va mettre dedans mais faites-nous confiance, nous sommes des gestionnaires éclairés. Ça va vous coûter tant par mois. On nous demande un acte de foi.

On entend peu parler de contenu car à la limite, il n'a

aucune importance. L'essentiel est de faire rouler la machine. Et le meilleur carburant pour la télé, toujours assoiffée de programmes à faire défiler en série, c'est la réalité. D'où la prépondérance des projets de chaînes d'information en continu. Il fallait y penser: une source intarissable de réel à transformer en images. Des images de plus en plus précises, qui arrivent de plus en plus vite et sont remplacées tout aussi vite. Des images spectaculaires qui ne demandent pas de scénaristes ni de comédiens professionnels, peu de techniciens et qui véhiculent tous les grands moteurs des «patterns» narratifs: l'amour, la vie, la violence, la mort. On ne regarde pas les infos pour s'informer ou apprendre quelque chose. On regarde les infos pour se divertir.

J'effectue régulièrement un petit exercice auprès de mes étudiants afin d'évaluer leur mémoire en ce qui concerne les informations télévisées. Dans une première phase, je leur demande qui a regardé les infos télé de la veille. En général, entre un tiers et la moitié de la classe lève la main; c'est-à-dire dix à quinze personnes. Et parmi ceux qui ont eu accès à ces informations, qui peut me nommer trois des sujets traités? La plupart du temps, c'est le néant. Quelques-uns vont pouvoir donner le sujet qui revient inlassablement chaque soir selon les méandres de l'actualité, que ce soit une campagne électorale, le trafic de cigarettes ou toute autre crise qui se prolonge. Trois ou quatre personnes vont

arriver à se souvenir d'un deuxième sujet mais il est très rare que plus d'une personne puisse nommer trois sujets.

Sur dix personnes, c'est plutôt maigre comme performance. Pourtant ces étudiants ne sont pas des demeurés. La plupart réussissent assez bien leurs études, passent des examens qui demandent des efforts

de mémorisation soutenus et depuis qu'ils peuvent perdre jusqu'à vingt pour cent des points sur le français, celui-ci s'est considérablement amélioré. La preuve qu'un brin de coercition ne fait pas de mal.

Si la mémoire fait défaut au téléspectateur c'est que de par sa nature le médium télévisuel est voué au divertissement et ne tente pas de mobiliser un minimum de concentration nécessaire au stockage de l'information. Il n'y a tout simplement pas d'information mais des figures répétitives qui sont remodelées à l'infini par d'incessantes variations. Mes étudiants ne veulent rien apprendre des nouvelles, ils veulent une émotion qui n'est pas trop difficile à consommer, qui ne leur aura pas demandé grand-chose et donc, forcément, ne leur donnera pas grand-chose. Une nuit suffira généralement pour oublier mais le lendemain apportera son lot d'informations, et ainsi de suite. Les promoteurs ont compris le potentiel fantastique des chaînes d'information continue et tout

le monde veut son canal de manchettes.

Qu'est-ce qu'un canal de manchettes? C'est ce qui nous apprend qu'il se passe quelque chose sans pouvoir nous apprendre ce qui se passe exactement. Voici un scénario-type. Nouvelles internationales: Une bombe a sauté, telle faction revendique l'attentat, trois morts deux blessés (images de débris). Cessez-le-feu entre Musulmans et Serbes en Bosnie (images de villages sous la neige, une vieille femme ramasse du petit bois, des miliciens fument une cigarette). Marée noire sur les côtes belges, un pétrolier battant pavillon libérien s'est échoué sur des récifs, déjà 10 000 tonnes de brut se dirigent vers les plages (images aériennes d'un navire à moitié coulé, oiseaux mazoutés). Voici maintenant un message important de notre commanditaire qui lave plus blanc (quelques pubs).

Nouvelles nationales: à Ottawa, l'opposition a critiqué le Gouvernement pour son inaction au chapitre du chômage. Le

ministre a répondu que l'Opposition n'avait rien fait lorsqu'elle était au pouvoir (images des Communes, des députés tapent sur leur bureau). En Estrie, une femme assassinée par son conjoint (remarquez l'absence de «autre femme» qui créerait un balbutiement de mise en perspective) l'homme a ensuite tenté de mettre fin à ses jours, (images d'un bungalow) etc., etc., etc. Devons-nous continuer bien longtemps? Vous imaginez cette litanie 24 heures sur 24? Cela vaut-il 25, 55 ou 90 cents de plus par mois?

Toujours les mêmes images, les mêmes commentaires, la même absence d'analyse. On voudrait nous convaincre que nous avons absolument besoin de ça pour en savoir plus, pour en voir plus ou pour en oublier davantage? Se vautrer dans la compulsion répétitive propre aux enfants qui veulent voir cinquante fois la cassette de *La belle et la bête*. Les enfants sont les prototypes du téléspectateur. Placez un bébé d'un an devant la télé et sans qu'il comprenne un mot de ce qui s'y passe, il

prendra une attitude béate, fasciné par l'image pour l'image². Voilà pourquoi la question du contenu est non pertinente à la télé.

Et en quoi ces nouveaux canaux seraient-ils nécessaires à la population? En rien. Ce sont les câblos qui en ont plein les bras et qui veulent nous les refiler. ■

1. Cette position de Florian Sauvageau (*Le Devoir*, 10 février 1994) m'a surpris. Observateur de longue date des médias, complice de quelques documentaires de Jacques Godbout, Sauvageau m'avait toujours paru être un esprit libre portant des jugements pondérés et lucides, à des lustres du darwinisme de la libre concurrence à tout prix. Quelques semaines plus tard, cette prise de position prenait son sens: Florian Sauvageau était devant le CRTC, portant cette fois la bannière du Canal Nouvelles de Pelmorex, qui aurait tout à gagner si le CRTC jouait à fond le jeu de la libre concurrence.

2. L'exemple est tiré de *Médiocrité et folie*, recueil d'essais de Hans Magnus Enzensberger, publié chez Gallimard.



Les chaînes d'information continue: «Toujours les mêmes images, la même absence d'analyse. On voudrait nous convaincre que nous avons absolument besoin de ça pour en savoir plus, pour en voir plus ou pour en oublier davantage?»