

24 images

24 iMAGES

Je vois pour oublier

Yves Rousseau

Number 106, Spring 2001

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/23993ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Rousseau, Y. (2001). Je vois pour oublier. *24 images*, (106), 46–47.

JE VOIS POUR OUBLIER

PAR YVES ROUSSEAU

Le numérique porte un nouveau coup à la télévision généraliste traditionnelle. Tendances lourdes, le fractionnement de l'écoute vient gruger à chaque sondage quelques points d'audience aux «majors» de la télévision québécoise. Ainsi, plus de 25 % de l'écoute appartient main-

vent un mariage de raison contre nature) se multiplient puisque la mode est à la «convergence» (autre fleuron du langage technocratique). On a hâte de voir ce que va donner l'étrange accouplement de la SRC, Télé-Québec, Bell et Arte pour la création du futur réseau des arts, dont le nombre

télé numérique pourrait-elle réconcilier les amours vraies et le flirt? D'autant plus, diront les cyniques, qu'on ne risque pas d'attraper grand-chose à la télé. Je ne suis plus un schizo honteux, je suis l'homme aux multiples personnalités bien assumées: ce que je déteste à Radio-Canada, je peux l'aimer chez Télélatino. Je veux le beurre et l'argent du beurre, le temps et l'argent. Voilà pourquoi j'ai fait le saut vers le numérique.

Depuis l'automne, les campagnes publicitaires des fournisseurs de contenu (Vidéotron, Bell Express-Vu, Star Choice et Look) se succèdent avec un même message: ne payez que ce que vous voulez vraiment voir. Liberté! Vous avez le choix! Le discours promotionnel de la télé numérique est avant tout basé sur la liberté du choix. Pierre Karl Pélaudeau, le nouveau boss de Vidéotron a étudié la philo, il a donc probablement lu Sartre. La belle affaire! Cette phrase met davantage l'accent sur le mot «payez» que sur «ce que vous voulez vraiment voir»: il y aura toujours l'abonnement de base, la quincaillerie (soucoupe et décodeur) et les clauses en petits caractères, sans compter l'installation.

Mais il y a aussi la technique. La pauvreté du signal câble analogique de Vidéotron est notoire, avec ses variations dignes de la

technologie des antennes oreilles de lapin. Le numérique offre deux fois plus de lignes de résolution et la différence se voit nettement à l'écran. C'est comme de passer du VHS au DVD, pourvu qu'on ait un récepteur adéquat. Disons qu'avec une Sony Wega, l'affaire est entendue. Côté son, la différence est aussi appréciable même si je rêve encore du jour où les diffuseurs s'entendraient sur une norme commune de niveau sonore. Ajustements à prévoir quand vous zappez. Télé-Québec est terriblement faible et Bravo, surpuissant. Entendez-vous! À la télé, la violence est dans le son, qui agresse bien plus que les ponctuelles irruptions de violence graphique, qu'il s'agisse du ton hystérique de certain(e)s animateurs et animatrices, de la compression sonore des publicités ou de la musique sans interruption. Il est tellement plus facile de se fermer les yeux que de se boucher les oreilles...

La télécommande qui accompagne le système numérique est aussi un instrument redoutable, rempli de possibilités de recherche, de préprogrammation et de boutons de toutes les couleurs. Le livret d'instructions fait d'ailleurs une bonne cinquantaine de pages. Mais la grande faiblesse de l'offre libre-service de Vidéotron, c'est qu'on doit obligatoirement regarder ce qu'on enregistre. Un seul signal à la fois. Malgré cela, j'ai opté pour Vidéotron, vu que la rétribution atta-

Les alliances stratégiques «des réseaux privés» (terme ronflant qui masque souvent un mariage de raison contre nature) se multiplient puisque la mode est à la «convergence» (autre fleuron du langage technocratique).

tenant à ce qui n'est accessible que par câble ou satellite, imitant ce qui est arrivé aux États-Unis, où les trois grands réseaux peinent à retenir 50 % de l'audience. Pour l'instant, la parade des réseaux généralistes consiste soit à créer leurs propres chaînes spécialisées (SRC et TVA ont leur chaîne d'information continue), soit, dans le cas des réseaux privés, à se faire gober par de plus gros poissons: Quebecor avale TVA, BCE achète CTV et probablement TQS, sur les chances de survie duquel je ne parierais pas beaucoup, malgré le dopage momentané provoqué par la stratégie du mouton noir. Les loups ne font pas de discrimination, ils chassent.

Les alliances stratégiques (terme ronflant qui masque sou-

de partenaires sera vraisemblablement inverse à la part d'audience. Belles promesses sur papier, ces intentions vertueuses tiendront-elles le coup devant la réalité d'un audimat de plus en plus fragmenté? Comme quoi le monde idéal n'existe pas... et pourtant, je persiste à l'écrire, malgré tout ce qui pend au bout de ma télécommande, le meilleur rapport qualité-prix reste pour l'instant Télé-Québec.

Mais ce n'est pas tout, après la spécialisation des chaînes vient la spécialisation de l'écoute. Le problème, c'est que le téléphage ne regarde pas que du football, des documentaires sur la faune ou des séries de science-fiction. Disons qu'il doit gérer à la fois ses obsessions pointues et son désir bien légitime de vagabondage. La

chée à cette chronique ne me permet pas de m'offrir la totale à long terme d'année.

C'est donc un désir d'économie qui m'aura, en partie, fait choisir le câble numérique de Vidéotron. En tant qu'abonné au câble analogique, l'installation était gratuite. D'autre part, le satellite me semble inesthétique à cause des soucoupes, et je n'ai pas envie d'acheter un 4 x 4 pour aller ajuster ma parabole sur le toit. De plus, les difficultés financières de Look, une compagnie aux abois, m'ont plutôt servi à négocier serré avec Vidéotron. Toutes ces entreprises cherchant désespérément à s'attirer des abonnés fidèles, il faut donc, en tant que consommateur, jouer à fond le jeu de la concurrence et surtout, ne pas laisser croire au préposé à l'abonnement que la partie est jouée. Avec les prospectus en main, j'ai laissé entendre que je pouvais fort bien trouver autant ailleurs et que si j'optais pour le numérique, ce ne serait pas sans avoir exploré ce qu'il avait à offrir. J'ai obtenu une période d'essai gratuite d'un mois comportant environ 150 chaînes à explorer, desquelles je pourrais choisir une quinzaine pour 12 \$ par mois.

Je me suis fait des ampoules à force de zapper, passant de Asian TV, avec ses films indiens en Scope entrecoupés de pubs de Kuwait Airlines, ses clips de stars indiennes et le téléjournal de New Delhi, à un des 10 canaux de films en continu (Super Écran et The Movie Network): fort décevant car on n'y retrouve pratiquement que les nullités hollywoodiennes que je ne louerais même pas au vidéoclub, en plus de l'inévitable

contenu canadien: les navets produits par Sheila Copps et parfois, peut-être, un film québécois qui a de l'allure.

J'ai aussi regardé bouche bée SpeedVision, uniquement consacré aux courses de tout ce qui est mû par un moteur; Comedy Network, avec ses petits comiques et quelques bonnes séries des années 70; à Food Network, entre deux leçons de cuisine, j'ai vu Robert De Niro nous faire visiter son resto préféré; Game Show Network, qui ne passe que des jeux télévisés; The Golf Channel et ses reprises des meilleurs tournois (sans rire); Fairchild, une sorte de TV5 de Chine en cantonnais et mandarin, Odyssey avec ses soaps grecs; quelques Superstations américaines dont TBS, qui passe tous les matches des Braves d'Atlanta et des soirées de films d'action «no wimps allowed» ou moumoune s'abstenir, avec l'œuvre complète de James Bond; sans compter des dizaines de chaînes «canadien» aussi mornes que la route de Winnipeg à Edmonton. À la longue il n'y a pas de quoi s'exciter le poil des membres inférieurs me direz-vous, et vous aurez raison, surtout que les trucs les plus intéressants et exotiques comme Asian TV ne sont pas inclus dans les forfaits de base. En plus d'y mettre de quinze à vingt tomates par mois plus taxes seulement pour ce poste, faut vraiment vouloir pratiquer la langue ou être un immigré nostalgique pour s'y abonner, d'autant plus que le sous-titre, anglais ou français, n'y existe pas.

Une autre conséquence importante du passage au numérique est une anglicisation consentie. Dans plusieurs cas, on pourrait croire que Canal Z ou Space Channel, qui visent un créneau similaire, c'est quatre trente sous pour une piastre. Je serais plutôt porté à favoriser, à programmation égale, le francophone; mais la programmation est rarement égale. Pauvreté des moyens attribuables à la taille dérisoire du marché francophone ou pauvreté de culture cinématographique des pro-

personnel qui serait le reflet de mes goûts et de mes contradictions. Il y a donc Telelatino, une formule assez incroyable merci, qui amalgame l'italien et l'espagnol, avec des talk-shows de poupones italiennes qui font passer Véronique Cloutier pour une redoutable intellectuelle, des soaps mexicains, des clips italiens hyperstylés, des cycles de cinéma avec du Moretti, des matches de soccer du Milan AC et les nouvelles de la RAI. MoviePix diffuse sans arrêt des films des

À la télé, la violence est dans le son, qui agresse bien plus que les ponctuelles interruptions de violence graphique, qu'il s'agisse de ton hystérique de certain(e)s animateurs et animatrices, de la compression sonore des publicités ou de la musique sans interruption. Il est tellement plus facile de se fermer les yeux que de se boucher les oreilles...

grammateurs? En tant que cinéophile, Space Channel, avec ses formidables «Movies from Space» tous les soirs, me comble de classiques souvent introuvables en vidéo tandis que Z ne fait que me refile des sous-*Alien*. Le choix est vite fait. De même, Bravo (tendance BCE) et Showcase (tendance Rogers Cable), deux chaînes culturelles canadiennes rivales, font des efforts pour nous offrir des films intéressants. Les programmeurs de films sont meilleurs à Showcase, mais il y a plus d'interruptions publicitaires qu'à Bravo, qui, elle, est plus riche dans sa programmation non-cinématographique avec, entre autres, *The Awful Truth*, la nouvelle série télé de Michael Moore.

J'ai tout de même essayé de me construire un petit labyrinthe

années 60 à 90 avec quelques perles, sans interruptions publicitaires. Il faut parfois fouiller pour trouver et il y a toujours ce contenu canadien qui nous arrose de nullités. J'ai aussi Black Entertainment, qui ne présente que du divertissement afro-américain avec ses pubs pour vendre des cassettes de beaux culs et des clips tellement misogynes que c'en est presque candide, où des rappeurs jouent au golf en utilisant le ventre de leurs petites groupies comme tees; et quand une femme noire est battue, c'est par un Blanc, on croit rêver!

Maintenant, quand les amis viennent à la maison, ils disent tous: «Wow! elle est belle, la télé ici». Se foutent-ils vraiment de ma tronche? Quand je doute, j'allume la télé. Ça me rassure. ■