

Québec français



## La grenouille et le boeuf

Véronique Nguyen-Duy

Number 90, Summer 1993

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/44554ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (print)

1923-5119 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this article

Nguyen-Duy, V. (1993). La grenouille et le boeuf. *Québec français*, (90), 120–121.

## LA GRENOUILLE ET LE BŒUF

Certains soirs, coïncée entre la reprise de *Mongrain*, un film bidon et une émission faisant la promotion d'un quelconque organisme de charité, je me prends presque à rêver que je n'ai qu'à tendre la main et agripper ma télécommande pour avoir enfin accès au merveilleux petit monde du câble. Je dis *presque* car je finis toujours par me retrancher derrière une barrière psychologique étanche : câble = dépendance. Ne me demandez pas d'où je tiens cela mais chose certaine, mes chances de décrocher un jour un emploi dans cette industrie viennent de se volatiliser. Je soupçonne que l'influence de mes parents, qui se sont longtemps limités à un téléviseur noir et blanc garni d'une antenne en macramé de laine d'acier, y est pour beaucoup. Quoi qu'il en soit, j'ai intégré cette attitude teintée de quelques relents hippies et refuse de m'abonner au fameux câble.

Imaginez alors ma réaction quand j'ai appris que nous aurions bientôt droit à la télévision par satellites de diffusion directe-affectueusement rebaptisée *Death Star* par nos câblodistributeurs. Plus simplement, il s'agit de petites antennes paraboliques qu'on installe chez soi et qui nous donnent accès à 200 canaux. Je ne peux m'empêcher de me demander si les muscles de mon pouce droit seront suffisamment développés pour *zapper* encore plus vite... 200 canaux – et on vient de faire monter l'enchère à 500 – ça peut sembler séduisant ! De l'information, du sport, du cinéma et surtout le rêve américain 24 heures sur 24 ! On a beau faire, on a beau dire, c'est tout de même fort attrayant pour une bonne partie de la population canadienne.

C'est précisément cette perspective de perdre le monopole sur une clientèle captive qui inquiète le plus nos câblodistributeurs canadiens. Encore

aujourd'hui, tout ce que nous avons la possibilité de regarder, passe entre les câbles de nos distributeurs canadiens. Ceci permet en principe d'en contrôler les contenus mais aussi et surtout d'en récupérer les profits. En effet, au-delà des chaînes généralistes, il y a une série de programmations particulières auxquelles on peut avoir accès en déboursant des montants variables. Ainsi, si je m'abonne au câble, je paie un certain montant mensuel et j'obtiens le service dit de base. Par exemple, j'ai accès au canal Famille, à Musique Plus, à quelques postes américains, à la météo, aux petites annonces et à une pléthore de canaux du genre. Cependant, si je désire être membre de Vidéoway, je dois payer un supplément à mon paiement de base. Ceci me permet alors d'écouter des reprises (en ce sens Radio-Québec aura été un chef de file), de pouvoir regarder la partie de hockey selon mes propres préférences (suivre un joueur en particulier ou revoir le dernier jeu), de jouer à des jeux électroniques et surtout d'entretenir l'illusion d'interactivité. Je préfère le cinéma ? Pas de problème, je n'ai qu'à m'abonner à Super Écran. Du sport ? C'est RDS qu'il me faut. En fait, peu importe le degré de raffinement des services que je désire obtenir, l'argent va dans les poches des câblodistributeurs. La nouvelle concurrence vient sérieusement remettre en question ce monopole.

Comment les câblodistributeurs canadiens ont-ils l'intention de contrer cette avancée technologique ? En se convertissant à la compression vidéo numérique, à la bidirectionnalité et à l'adressabilité universelle, tout ceci allié à une utilisation massive de la fibre optique. Derrière ce jargon technique se cachent des réalités relativement simples. Il s'agit en fait d'augmenter le nombre de signaux pouvant être véhiculés

par un même câble (compression et fibre optique) et d'instaurer un principe de télévision à la carte où chacun pourra choisir son menu (adressabilité universelle). Ceci impliquant bien entendu que le téléspectateur puisse effectivement « commander » les émissions qu'il désire écouter (bidirectionnalité). Cette mise à jour technologique représente un investissement de 7,2 milliards et c'est là que le bât blesse. À qui refiler la facture ? Les câblodistributeurs, se drapant dans l'unifolié pour défendre la culture canadienne et la vitalité de ses industries, demandent une dérèglementation afin de moderniser et rentabiliser leurs industries. En d'autres termes, ils demandent l'autorisation de refiler une partie de la facture à leurs abonnés en les contraignant de déboursier pour des services considérés aujourd'hui comme des services de base. Par exemple, il se pourrait très bien qu'il faille payer un supplément pour avoir accès au canal Famille alors qu'actuellement celui-ci est inclus dans le service de base. Les câblodistributeurs prétendent que c'est le prix à payer pour garder l'industrie canadienne dans la course au développement technologique.

Ceci me laisse perplexe. À trop se concentrer sur la dimension technologique, ne risquons-nous pas de nous laisser aveugler « par toute cette technologie qui ne répond à d'autre logique que la sienne propre : dépasser, élargir, réinventer<sup>1</sup> ». Car il faut bien le dire, cette surenchère de canaux est bien loin de garantir une plus grande qualité des contenus. On sait déjà que « le téléspectateur n'aura jamais un véritable choix, à une heure donnée, entre 200 émissions différentes puisque un grand nombre de ces canaux seront utilisés pour la multidiffusion: un même réseau diffusera la même programmation à des heures différentes sur plusieurs canaux<sup>2</sup> ». Ce-

**Sans s'inquiéter outre mesure de la survie des industries culturelles canadiennes,  
les tenants de la libéralisation s'appuient sur ce qui me semble être  
une interprétation à courte vue des réels enjeux qui sous-tendent ce débat.**

pendant, nos câblodistributeurs persistent à clamer que l'enjeu réside dans la capacité des industries canadiennes à s'engager dans la course à l'avancement technologique. Discours de quinquilliers : contrer la concurrence en jouant son jeu, en modernisant le réseau et en multipliant la quantité de canaux disponibles.

De son côté, l'Association des consommateurs du Canada – Mme Marilyn Lister en tête – s'oppose à toute réglementation protectionniste destinée à contrer la pénétration de productions étrangères. « Les Canadiens appuieront une programmation canadienne de qualité et, de ce fait, il n'est pas nécessaire d'élaborer des barrières pour exclure la compétition. [...] Une saine concurrence dans cette industrie sera bénéfique pour les consommateurs qui auront accès à un choix plus vaste d'émissions et à meilleur coût<sup>3</sup> ». Là aussi nous assistons à la récupération d'un mythe social. Non plus technologique cette fois mais bien économique. La libre concurrence comme réponse à tous les maux. Sans s'inquiéter outre mesure de la survie des industries culturelles canadiennes, les tenants de la libéralisation s'appuient sur ce qui me semble être une interprétation à courte vue des réels enjeux qui sous-tendent ce débat.

Je crois qu'il est imprudent d'occulter la grande vulnérabilité culturelle du Canada face aux États-Unis. Il m'apparaît donc nécessaire de réitérer notre volonté de faire passer l'intérêt public supérieur avant toute considération économique. Proposer une déréglementation me semble une façon de remettre ce principe fondamental en cause. Un peu comme ceux qui, en situation économique difficile, questionnent la gratuité des soins de santé... Je suis tout à fait en accord avec Mme Françoise Bertrand, pdg de Radio-Québec, qui affirme : « Les distributeurs ont pris sur les fabricants un ascendant

qu'ils n'ont jamais eu auparavant dans l'histoire. Il nous apparaît dans l'intérêt du système canadien que des mesures soient prises pour éviter que le véhicule ne prenne le pas sur le conducteur<sup>4</sup> ».

Personne n'a-t-il donc lu les derniers rapports de l'Association des radiodiffuseurs du Canada<sup>5</sup>? Il y est écrit que les Canadiens ne veulent pas plus de canaux mais plus de diversité et de qualité des contenus. Certains diront que nous n'avons pas les moyens de supporter la création et la production. À ceux-là je demanderais s'il pensent que nous avons les moyens de nous désintéresser de la qualité des émissions canadiennes pour nous lancer dans une guerre des étoiles dans laquelle nous tiendrons encore une fois le rôle de grenouille? Personne n'a-t-il donc lu cette fable de Lafontaine?

#### Notes

1. Lemay, Daniel, « Cinq cents canaux? Reste à les remplir!... », *la Presse*, samedi 20 mars 1993, p.E-2.

2. Pierra, Patrick, « Les étoiles de la mort lorgnent les cinévores », *le Devoir*, samedi 6 et dimanche 7 mars 1993, p.B-2.

3. Hébert, Michel, « L'Association des consommateurs s'oppose aux barrières pour contrer la télé américaine », *la Presse*, mercredi 3 mars 1993, p.A-16.

4. Lemay, Daniel, *op cit.*

5. Cité dans l'émission radiophonique *Le midi quinze*, Radio-Canada, mars 1993.