

## Pour un usage actif de la télécommande et du magnétoscope

Yves Rousseau

---

Numéro 66, avril-mai 1993

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/22751ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

Citer cet article

Rousseau, Y. (1993). Pour un usage actif de la télécommande et du magnétoscope. *24 images*, (66), 16-17.

## POUR UN USAGE ACTIF DE LA TÉLÉCOMMANDE ET DU MAGNÉTOSCOPE

par Yves Rousseau

La télé est à l'orée d'une transformation fondamentale qui relègue les changements de programmation saisonniers au rang d'un banal rebrassage des mêmes sempiternelles cartes avec changement d'atout. Cette fois, ce sont les règles du jeu qui changent et le CRTC aura fort à faire pour y retrouver ses petits. Les choses commencent à aller tellement vite que même les câblodistributeurs – qui sont pourtant des gens très branchés – sentent qu'on est en train de leur tirer le tapis sous les pieds; à moins que ce ne soit au-dessus

de leur tête. En effet, nos voisins du sud s'appêtent à faire planer dans la stratosphère le dernier gadget technologique en matière de télévision: la diffusion directe par satellite (DDS), poétiquement rebaptisé Death Star par les câblodistributeurs canadiens. En gros, la DDS c'est une tonne de métal bourrée de microprocesseurs, qui flotte en orbite géostationnaire au-dessus de nos têtes, capable d'arroser l'Amérique du Nord de plusieurs centaines de canaux simultanément. Ce déluge de programmation pouvant être capté

par une simple antenne parabolique de 50 cm de diamètre. Et faut-il préciser que les ondes ne sont pas familières avec le concept de frontières nationales?

La DDS n'est d'ailleurs qu'un aspect des mutations en cours ou à venir. Nous avons déjà Videoway et sa pseudo-interactivité, TVA+ et la télé à la carte (Viewer's Choice, dont la réclame incessante occupe un canal pas très loin de Musique Plus et offre inlassablement ce que la culture américaine fait de pire). Pour ce qui s'en vient, géignons que les compagnies de

téléphone voudront avoir leur part du gâteau en offrant leurs propres réseaux de fibres optiques pour faire transiter encore plus de sons et d'images vers non seulement les téléviseurs mais aussi les fax et les terminaux d'ordinateurs. La structure est en place pour un hypermédia interactif, un immense réseau qui englobera le nord du continent américain, le Japon et l'Europe comme une gigantesque toile d'araignée. Et que dire de la télévision à haute définition (TVHD) avec ses écrans plats avec un ratio proche du scope (16/9 au lieu du 4/3 actuel), qu'on nous promet dès qu'Américains, Japonais et Européens cesseront de se chicaner sur une norme mondiale.

Au XXI<sup>e</sup> siècle, le pouvoir et l'argent appartiendront à ceux qui possèdent, gèrent et diffusent l'information. Du terme «banque de données» on retiendra surtout le mot «banque». Comment, dans ces conditions, l'honnête citoyen peut-il encore influencer sur la machine qui est en train de se constituer? La solution la plus sage serait le boycott généralisé de la méduse télévisuelle, mais on conviendra que les choses étant ce qu'elles sont, ce n'est pas la solution la plus réaliste. Écrire à son député? Le pouvoir politique, ce qu'il en reste, a trop à gagner en favorisant le développement de cet hypermédia, les politiciens aiment trop passer à la télé, dont la vacuité, la superficialité et la fonction amnésiante sied à merveille au discours politique actuel.

Non, nous entrons dans un monde où l'exercice démocratique, le droit de vote, la véritable consultation populaire se joueront davantage avec une télécommande qu'avec un bulletin de vote, si ce n'est déjà le cas. Lors de la dernière campagne présidentielle, Ross Perot a soulevé la question d'une démocratie directe par le biais de la télévision et certains ont ri de ses idées. Certes, l'idée n'est pas

Videodrome de David Cronenberg



très bonne et peut même être dangereuse mais ce n'est pas cela qui l'empêche de faire son chemin. Nous avons déjà le Combat des clips, le joueur du match, les débats avec sondage à la clé; il serait facile de remplacer le taux de participation par la cote d'écoute.

La firme de sondage Nielsen est à la télévision ce que l'urne est à la démocratie parlementaire. Au Québec, 500 foyers sont actuellement branchés sur des audimètres qui notent une fois par minute quel canal est synthonisé. Le système est rapide, froid et discret, il respecte aussi une convention fondamentale de la boîte à images en ne demandant aucun effort particulier de la part du ou des téléspectateurs (pas de cahier d'écoute à remplir comme dans le système BBM). De plus, le système Nielsen peut rendre compte avec une certaine précision des nouvelles habitudes d'écoute, en particulier le zapping. Et c'est là qu'il faut frapper.

Il est entendu que les stations de télé ne sont pas faites pour amener des émissions à un auditoire mais pour louer un auditoire à des annonceurs qui, ultimement, nous refilent la facture à chaque fois que nous consommons un produit. Point n'est besoin de regarder ni même de posséder un poste de télé pour la financer, il suffit de faire son marché. Les annonceurs paient aux réseaux des montants qui varient principalement selon deux variables: la quantité et, dans une moindre mesure, les types de consommateurs qui regardent telle ou telle émission.

Avant la généralisation de la télécommande et l'ère Nielsen, les cahiers d'écoute pouvaient relativement bien rendre compte de l'écoute des émissions mais aussi de celle des pubs. Et c'est cette dernière statistique qui importe le plus puisqu'elle déterminera ultimement les revenus du poste. Chaque trente secondes de spot publicitaire

rapportera à la station tant de dollars les mille auditeurs. Si le principe reste effectif, la télécommande brouille les cartes. Si un million de personnes écoutent une émission, sont-elles toutes là pendant les pubs? Le zapping systématique pendant les pubs est donc un excellent moyen de rappeler à la télé que les pubs font partie de la violence télévisuelle et que nous refusons cette violence, sans avoir besoin de projet de loi ou de code d'éthique fantoche. Tôt ou tard les réseaux verront fondre leurs revenus et on pourrait espérer qu'ils réagiront en conséquence.

Ils réagissent effectivement mais pour se cramponner à leurs mauvaises habitudes. On voit de plus en plus de publicité directement insérée dans la diégèse et les pubs de différents réseaux sont synchronisées et le zappeur tombe de Charybde en Scylla. Chez Musique Plus, les pubs ressemblent souvent à s'y méprendre à des clips, à moins que ce ne soit le contraire. Qu'à cela ne tienne, il reste encore des stations-refuges qui charcutent moins que les autres leurs émissions. Ce sont d'ailleurs celles-là qu'il faudrait regarder en priorité. De plus, on court le risque en zappant de manquer quelques minutes après l'interruption publicitaire. Il n'est pas évident de fixer sa montre à la seconde près pour rentrer au bercaïl à l'instant voulu. Comme les pubs sont presque toujours regroupées en cycles de trois minutes, on peut résoudre le problème avec un moyen simple, écologique et vieux comme le temps: le sablier. Comme il est suave d'utiliser un objet millénaire pour envoyer la haute technologie se faire cuire un œuf... et le truc est parfait lorsqu'on prend la peine d'enregistrer un film télécommande en main pour élaguer les pubs et obtenir un produit un peu plus présentable, rien de plus frustrant lorsqu'on prolonge un peu trop la fonction pause. Le sablier

se transporte très bien à la cuisine ou à la salle de bain.

Le terme programmation utilisé pour désigner l'ensemble de la grille télévisuelle m'a toujours fait tiquer car au fond, c'est nous que la télé cherche à programmer. Avez-vous remarqué comment des rues habituellement vivantes sont tranquilles le jeudi soir? Non? Alors c'est peut-être que vous écoutiez *Scoop*? Cette gestion des loisirs n'est-elle pas de la programmation? Hormis l'abstinence, le magnétoscope est encore le meilleur moyen d'échapper à cette tyrannie des horaires. Encore faut-il savoir le programmer... Paraît-il que près des trois quarts des détenteurs de magnétoscopes sont incapables de programmer leur appareil. Dur. Si c'est le cas, demandez à un enfant de vous l'apprendre, ce sont d'excellents pédagogues et les commandes d'appareils électroniques n'ont pas de secrets pour

eux. J'ai un ami qui possède un doc en philo et sa fille de deux ans et demi est plus à l'aise que lui avec la télécommande.

Programmez et enregistrez, vous aurez la conscience tranquille, vous regarderez au moment qui conviendra, vous escamoterez les pubs en avance rapide et économiserez douze minutes de votre vie à chaque heure visionnée. De plus, il y a de fortes chances que vous n'écoutez même pas une grande partie de ce que vous aurez enregistré sans vous en porter plus mal. La télé est un produit hautement périssable et ne porte pas non plus à la discipline, le téléviseur se retrouvera devant des tas de cassettes non identifiées, dont il aura tout oublié du contenu. Qu'il se rassure, il est normal: à la télé, l'oubli est dans l'ordre des choses. ■

## VUES D'AFRIQUE

présente

du 23 avril au 1er mai 1993

LES 9ÈMES JOURNÉES DU  
CINÉMA AFRICAÏN ET CRÉOLE

Cinémathèque québécoise  
Cinéma O.N.F.  
Université du Québec

Cinéma - télévision - débats  
expositions - musique  
spectacles - gastronomie

Tél.:(514) 284-3322

En vente sur le réseau Admission à partir du 15 avril  
Billetterie UOAM: (514) 987-3456  
Réseau Admission: (514) 790-1245

