

## Liaison

### Vidéo Club : Animateur ontarien, public canadien

Daniel Marchildon

---

Gens de théâtre, gens de passion  
Numéro 46, printemps–mars 1988

URI : [id.erudit.org/iderudit/42924ac](http://id.erudit.org/iderudit/42924ac)

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

#### Éditeur(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN 0227-227X (imprimé)  
1923-2381 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

#### Citer cet article

Marchildon, D. (1988). Vidéo Club : Animateur ontarien, public canadien. *Liaison*, (46), 9–9.

---

Tous droits réservés © Les Éditions l'Interligne, 1988

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne. [<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>]

---



Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. [www.erudit.org](http://www.erudit.org)

Vidéo Club

## Animateur ontarien, public canadien

par Daniel Marchildon

PENETANGUISENE

**N**ous associons rarement Radio-Canada Toronto à des émissions de télévision qui soient innovatrices, dynamiques et d'envergure nationale. C'est désormais le cas grâce à Vidéo Club, une série qui traite de l'industrie de la musique et du vidéo-clip. Revenue pour une troisième saison en septembre dernier, l'émission se poursuit jusqu'en juin.

*Vidéo Club est une des rares productions francophones réalisées hors Québec et c'est important pour le bureau de Toronto. Vidéo Club est notre marque de commerce, lance l'animateur Claude Deschênes.*

Mais Vidéo Club a d'abord connu des débuts épisodiques, ne paraissant qu'une fois par mois. Maintenant à l'horaire deux fois par semaine, l'émission est diffusée au réseau national de Radio-Canada, c'est-à-dire de Vancouver à Moncton. Seul Montréal se détache du réseau...

Avec un auditoire agrandi, l'émission a pris de nouvelles orientations, se penchant plus cette année sur la chanson en français que sur le vidéo-clip ou l'art vidéo. Vidéo Club accorde sa priorité, en ordre d'importance, à la musique du Canada français, puis à celle d'expression française au niveau international et, enfin, à la musique du Canada anglais.

Claude Deschênes se rend en moyenne une fois par mois à Montréal où il réalise jusqu'à cinq entrevues par



Claude Deschênes

jour. Des reportages proviennent aussi de divers pays d'Europe grâce à une correspondante en France et au travail de l'ancien animateur, Jean-Pierre Perreault. C'est justement cette recherche et ces entrevues qui donnent à la série son caractère unique; le public a l'occasion de voir les artistes de la chanson et les producteurs de vidéos en coulisses. Il n'y a pas de comparaison entre Vidéo Club et son équivalent au réseau anglais de Radio-Canada, *Video Hits*. Ce dernier ne fait que présenter et répéter des vidéo-clips anglais très commerciaux. Plus instructif et plus intéressant, Vidéo Club aborde personnalités et sujets de front : Julien Clerc, Pierre Bertrand, le groupe torontois Manteca, les clips de Céline Dion, d'Indochine et de Hugh Marsh (ancien violoniste de Bruce Cockburn), les stéréotypes sexistes dans l'industrie du vidéo-clip, etc.

Claude Deschênes s'y connaît en musique. Il anime sur semaine l'émission Radio-Clip à l'antenne de CJBC-Toronto. *Je crois à une reprise de la musique en français. Il y a davantage de vidéo-clips en français; avant ils étaient introuvables.* Vidéo Club entend d'ailleurs favoriser cette reprise par le biais d'un concours-clip qui, lancé le 14 février, se poursuivra jusqu'à la fin avril. Pendant cette période, chacune des stations de Radio-Canada collaborera avec un artiste ou un groupe musical francophone de sa région respective pour réaliser un vidéo-clip qui sera ensuite diffusé à l'émission nationale.

Vidéo Club renferme aussi un volet de participation directe. Les téléspectateurs sont invités à devenir membres du *clan* en envoyant tout simplement une carte à Radio-Canada Toronto avec leur nom et adresse. Ils sont alors admissibles aux tirages mensuels et à des tirages spéciaux, en plus de recevoir une affiche Vidéo Club. Le succès de l'émission auprès du grand public demeure difficile à mesurer puisque la série passe à des jours différents dans chaque région et ne figure donc pas dans les sondages de cotes d'écoute. L'administration de Radio-Canada a néanmoins indiqué sa satisfaction à l'endroit de cette émission.

Vidéo Club reviendra-t-il pour une quatrième année? Claude Deschênes en sera-t-il encore l'animateur? *Ça demande beaucoup de planification. C'est beaucoup de travail même si je n'ai pas l'impression de travailler!* À défaut d'une réponse plus précise, on se promet de demeurer à l'écoute... □