

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

[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

Vidéo Club

Animateur ontarien, public canadien

par Daniel Marchildon

PENETANGUISENE

Nous 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... □