

L'expérience de la chambre d'écoute et les séries d'évaluations par des sujets humains ont démontré, ainsi que l'affirmait Toole, que le choix d'un haut-parleur n'est pas chose facile et surtout qu'il ne constitue pas l'étape finale pour le consommateur, même lorsque celui-ci a soigneusement étudié le produit. "L'emplacement des haut-parleurs est tout aussi important", met-il en garde. "L'acheteur doit lui-même se transformer en expérimentateur. La majorité des haut-parleurs n'ont pas été conçus pour être posés sur le sol et ils doivent être situés idéalement à 'hauteur d'oreille'. Certains haut-parleurs peuvent être à la rigueur placés contre un mur mais la plupart des haut-parleurs modernes doivent être éloignés des murs et des coins et placés en quelque sorte à l'intérieur de la pièce. Dans certains cas, des rideaux peuvent être utiles pour absorber le son mais, sous aucune prétexte, les rideaux et les meubles ne doivent s'interposer entre les haut-parleurs et l'auditeur.

"La stéréophonie exige certaines précautions particulières du fait que, pour obtenir une 'image sonore' parfaitement équilibrée, l'auditeur doit être situé à égale distance des deux haut-parleurs, c'est ce qu'on appelle la position stéréophonique. Faute de quoi, la qualité du son sera peut-être bonne mais la perception spatiale ne correspondra pas tout à fait à ce que l'artiste ou le producteur ont recherché."

Les résultats de la recherche faite jusqu'ici sont très encourageants. Ils indiquent que les personnes qui ont une ouïe normale s'accordent fondamentalement sur la qualité du son produit par les haut-parleurs... à condition qu'on leur donne la possibilité d'écouter sans être gênées par une pièce mal conçue, une publicité trompeuse, des démonstrations forcées ou un enregistrement de mauvaise qualité. Qui plus est, il semble que les haut-parleurs qui produisent un bon son sont ceux qui présentent certaines caractéristiques techniques particulières. Il semble donc possible d'établir des critères scientifiques pour la conception et l'évaluation des haut-parleurs et, peut-être, de formuler des spécifications utiles pour les fabricants.

Mais que peut faire le consommateur en attendant? "Il doit étudier les produits avant de se rendre chez le marchand", conseille Toole, "puis procéder à une évaluation ferme et patiente dans la salle d'écoute du magasin et, une fois revenu à la maison, déplacer quelques meubles. Il ne lui reste plus ensuite qu'à mettre un disque ou une cassette, à s'asseoir et à écouter." 

DÉCOUPEZ

1983/4

ORDER FORM

☐	I wish to receive Science Dimension in English	☐	Je préfère recevoir Dimension Science en français
☐	Name, address printed wrongly — corrected below	☐	Nom adresse comportant une erreur — correction ci-dessous
☐	Mailing label is a duplicate — please delete from list	☐	L'adresse est un duplicata — Rayez-la de la liste
☐	Name below should replace that shown on label	☐	Remplacez le nom figurant dans l'adresse par celui indiqué ci-dessous
Discontinue sending: ☐ all publications ☐ this publication		Ne plus envoyer vos publications ☐ cette publication ☐	

NAME / NOM

TITLE / TITRE

ORGANIZATION / ORGANISME

STREET / RUE

CITY / VILLE

PROVINCE

POSTAL CODE POSTAL

COUNTRY/PAYS

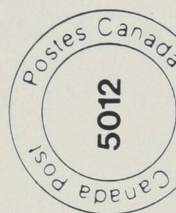
**Correspondance-
réponse d'affaires**

Se poste
sans timbre
au Canada

Le port sera payé par

Conseil national
de recherches Canada

**OTTAWA
CANADA
K1A 9Z9**



SCELLER ICI