
L'affirmation identitaire du Canada français au moyen de la radio-télévision : un phénomène enraciné

Michel Fillion

 <https://publications-prairial.fr/rif/index.php?id=315>

DOI : 10.35562/rif.315

Electronic reference

Michel Fillion, « L'affirmation identitaire du Canada français au moyen de la radio-télévision : un phénomène enraciné », *Revue internationale des francophonies* [Online], 1 | 2017, Online since 15 juillet 2017, connection on 03 juin 2021. URL : <https://publications-prairial.fr/rif/index.php?id=315>

L'affirmation identitaire du Canada français au moyen de la radio-télévision : un phénomène enraciné

Michel Fillion

OUTLINE

Introduction

Le problème canadien

Le principe de la canadianisation

Une culture originale

L'offre

L'écoute

Le vedettariat

Des racines profondes

L'émergence de la radiodiffusion canadienne

Une nationalisation incomplète

La publicité, facteur d'américanisation ?

L'expansion du secteur privé

L'arrivée de la télévision

Réglementation, concurrence et libéralisation

À l'ère de la post-télévision

Conclusion

TEXT

Introduction

- 1 En théorie, le Canada peut difficilement parvenir au seuil d'autosuffisance identitaire en s'affranchissant de l'empire américain puisqu'il constitue un marché vulnérable. De plus, le vent d'ultralibéralisme qui ne cesse de souffler remet sérieusement en question le rôle de l'État dans tous les secteurs d'activité culturelle, médias de masse électroniques compris. Au pouvoir à Ottawa pendant toute la dernière décennie ou presque, le Parti conservateur avait d'ailleurs laissé entendre qu'il souhaitait la privatisation du diffuseur public bilingue que l'on nomme ici la Société Radio-Canada (SRC) / Canadian Broadcasting Corporation (CBC). Il reprenait ainsi le crédo du libre marché et

du désengagement de l'État, un mouvement déjà amorcé sous les précédents gouvernements. Une opposition farouche, notamment dans la société civile, aura réussi à contrecarrer ce projet sans toutefois parvenir à vraiment endiguer l'atrophie financière de la société d'État. Or, avec ou sans l'aide gouvernementale, le Canada peut-il prétendre à la canadianisation, c'est-à-dire à une culture unique et originale ? Cette interrogation, bientôt séculaire, remonte au moins à l'apparition des médias électroniques.

Le problème canadien

Le principe de la canadianisation

- 2 Légèrement différentes dans la lettre, les versions successives de la loi canadienne sur la radiodiffusion partagent depuis longtemps le même esprit quant à la diffusion d'émissions authentiquement canadiennes afin d'insuffler un sentiment d'appartenance commun d'un océan à l'autre (selon la devise du Canada) en dépit de la ligne de fracture linguistique. C'est le principe même de la canadianisation des ondes, un objectif dont la poursuite se heurte à maints obstacles. Car, faire la promotion de l'unité nationale constitue un défi de taille dans ce pays créé de l'assemblage de colonies britanniques transformées en provinces par l'Acte de l'Amérique du nord britannique de 1867.

Une culture originale

- 3 Quoiqu'inégalement bilingue, le Canada comprend au moins deux cultures principales. Au fil du temps, celles-ci ont-elles pu se développer – ou tout juste se maintenir – en dépit de l'influence étrangère, de l'industrialisation culturelle et de la primauté des critères de rentabilité dans ce secteur névralgique qu'est la diffusion mass-médiatique ? La réponse pourrait indiquer la force de l'identité collective dans l'une et l'autre des deux principales communautés linguistiques.
- 4 Bien que les provinces soient des états semi-autonomes qui ne jouissent pas de la reconnaissance internationale en raison du pouvoir central de la fédération canadienne, le Québec dispose néanmoins de plusieurs éléments distincts sur le plan institutionnel (droit

civil et impôt sur le revenu par exemple) et symbolique (fleur de lys et étendard provincial, le premier du genre au Canada), sans oublier une culture particulière venant d'une histoire qui lui est propre et dont le pivot demeure la langue française. Produit d'une colonisation française abruptement terminée en 1760 lors de la conquête de la Nouvelle-France par la Grande-Bretagne et foyer principal de la francophonie canadienne, le Québec est la seule province ayant rebaptisé son assemblée législative « Assemblée nationale » lors de la « Révolution tranquille » survenue au cours de cette époque d'émancipation collective que furent les années 1960. Même au risque de schématiser, on distingue communément le Québec francophone du reste du Canada tout en admettant qu'il existe aussi une francophonie minoritaire hors-Québec. Devenue quelque peu obsolète, on utilisait jadis la notion non-territoriale de « Canada français » avant que le Québec s'affirme et édicte ses propres lois en matière de préservation de la culture. Nous reprendrons donc les appellations « Québec » et « Canada français » en admettant que ce sont des réalités proches sans être identiques. Il s'agit donc essentiellement de distinguer les Canadiens de langue française et leurs compatriotes de langue anglaise. Avant que s'installe à Ottawa le gouvernement conservateur de Stephen Harper (2006-2015), qui n'avait guère de préoccupations pour la question de la souveraineté culturelle, fut réalisée la dernière grande étude du gouvernement fédéral en la matière sous l'égide du Comité permanent du patrimoine canadien (Canada, 2003). Son volumineux rapport arrivait à des constatations éloquentes quant à la situation de la radio-télévision au sein des « deux solitudes », non seulement en ce qui a trait à l'offre, mais aussi à la demande.

L'offre

- 5 Les données montrent clairement que la télévision de langue anglaise privilégie les émissions américaines dans un rapport d'environ 2 pour 1, ce qui est inversement proportionnel à son homologue de langue française (Canada, 2003, 93-94). La faute, s'il en est une, n'incombe pas au diffuseur public : aux heures de grande écoute (en soirée), la télévision de la CBC présente presque exclusivement du contenu canadien (environ 9 émissions sur 10), ce qui est très comparable à l'offre faite en français par la SRC. Par contre, les réseaux privés importent allégrement du contenu étranger, en particulier au Canada

anglais (environ 3 émissions sur 4), mais dans une moindre mesure au Canada français (environ 1 émission sur 2) (Canada, 2003, 203). La présence de la société d'État vient donc tempérer une pratique profitable : « [...] le problème du diffuseur aujourd'hui, c'est qu'il est très coûteux de produire les émissions canadiennes anglaises qui attireront un vaste auditoire. [...] Pour compliquer les choses, les émissions américaines se vendent moins cher et sont plus rentables pour les diffuseurs canadiens que s'ils achetaient ou produisaient des émissions canadiennes » explique-t-on (Canada, 2003, 127). Et ce problème est particulièrement criant en ce qui a trait aux œuvres de création, une situation qui tranche d'une culture à l'autre. Car le problème vécu par le Canada anglais pourrait être beaucoup plus profond en provenant non pas de l'offre mais d'une demande insuffisante.

L'écoute

- 6 Les nouvelles et les émissions sportives (le hockey en particulier) occupent une place de choix et sont généralement produites au Canada. Mais sont-elles l'expression d'une véritable production culturelle ? Les séries dramatiques télévisuelles (qu'on appelle ici « téléromans ») sont certainement plus représentatives en ce domaine, à tel point que le rapport du Comité revient amplement sur le caractère original du Québec : « Le téléroman au Québec est un phénomène unique dans le monde de la télévision canadienne, voire internationale » précise-t-il en parlant de cotes d'écoute « qui font rêver les télédiffuseurs du monde entier » (Canada, 2003, 104). Le contraste est frappant : « S'il est vrai que dans le marché francophone, les dramatiques canadiennes ont fidélisé leurs auditoires et sont généralement parmi les émissions les plus populaires, ce n'est pas le cas dans le marché anglophone, où les dramatiques canadiennes ont été reléguées aux derniers rangs de la programmation » (Canada, 2003, 8).

Le vedettariat

- 7 Comment expliquer ce phénomène sinon par le vedettariat dont seul le Québec est capable : « Au fil des ans, une symbiose s'est installée entre le public québécois et les artistes et auteurs qui le divertissent. Ce lien va au-delà de l'admiration et de la satisfaction. Il faudrait plu-

tôt parler ici d'une histoire d'amour et d'une célébration continue entre le public et les artistes » (Canada, 2003, 159). Au contraire, le Canada anglais ne saurait se créer une identité propre en raison de sa situation : « Les Canadiens anglais partagent une frontière et une langue avec le plus grand producteur au monde d'émissions audiovisuelles. Les Canadiens sont exposés à des médias qui font constamment la promotion des émissions et des vedettes américaines de la télévision » (Canada, 2003, 8). Le comité reconnaît ainsi le caractère original – et créatif – du milieu particulier qu'est la radio-télévision de langue française, sans toutefois trop insister sur le phénomène : cela pourrait mener à recommander un statut particulier au Québec, ce que s'est longtemps refusé à accorder ouvertement le gouvernement fédéral, unité politique canadienne oblige, sinon pour reconnaître du bout des lèvres en 2006 l'existence d'une « nation québécoise », un geste qui n'a guère mené à des actions concrètes. Il faut dire qu'admettre cette réalité pourrait ranimer le mouvement sécessionniste québécois qui a battu son plein pendant la « Révolution tranquille » pour culminer avec l'élection du Parti québécois de René Lévesque en 1976 et deux référendum sur la souveraineté en 1980 et en 1995.

- 8 Pourtant, ce caractère particulier n'est pas le fruit d'une génération spontanée. Il remonte à un passé lointain qui précède la radiodiffusion et en conditionne le contenu dès son émergence. Mais il est rarement admis que la radiodiffusion fut chargée au cours de son histoire d'une mission qui s'accommode mal d'une quelconque culture minoritaire originale et que la reconnaissance de celle-ci contrevenait à la construction (*nation building* en anglais) du Canada. Pour comprendre la situation présente, il faut donc interroger l'histoire et porter un regard critique sur le discours officiel qui tend souvent à taire la réalité canadienne.

Des racines profondes

- 9 Pièce qui se déroule en trois temps, l'histoire de la radiodiffusion met en scène les diffuseurs (privés et publics), le gouvernement fédéral et l'ensemble des citoyens canadiens qui interviennent à des degrés divers dès le début de la radiodiffusion.

L'émergence de la radiodiffusion canadienne

- 10 Apparue aux lendemains de la Grande Guerre dans la plupart des pays industrialisés, la radio commerciale connaît un tel essor que se pose bientôt la question de sa vocation : le divertissement, l'information et/ou l'éducation ? La Commission royale d'enquête sur la radiodiffusion (Commission Aird) reçoit en 1928 le mandat de « rendre compte de la façon dont, au Canada, la radiodiffusion pourrait être efficacement exploitée dans l'intérêt des auditeurs canadiens et dans l'intérêt national du Canada » (Aird, 1929, 1). Alors que se forme l'État canadien dont l'autonomie véritable au sein du monde britannique est sur le point d'être reconnue par le Statut de Westminster (1931), le gouvernement fédéral orchestre un projet centralisateur : la création d'une citoyenneté canadienne distincte et homogène. Interrogé quant à la langue de diffusion d'un éventuel réseau d'État pan-canadien, John Aird répondra : « It would be English as a rule » (Canada, 1932, 561). Par ailleurs, la plupart des intervenants à la Commission Aird militent contre la diffusion de formes culturelles trop populaires, notamment le jazz américain qui mènerait à un nivellement par le bas (Filion, 1994, 81-82), et contre d'autres formes d'identités nationales. Sur le plan structurel, la Commission Aird puisera principalement son inspiration dans les exemples européens, celui de la Grande-Bretagne en particulier où la British Broadcasting Corporation constituait déjà un monopole public, afin d'amener la radiodiffusion « à jouer un grand rôle en développant l'esprit national » (Aird, 1929, 6). En 1932, le Conseil privé de Londres attribua au gouvernement fédéral son entière juridiction. La même année, au cours des audiences du Comité spécial de la Chambre des communes sur la radiodiffusion (Canada, 1932), la Ligue canadienne de la radiodiffusion (un comité citoyen mieux connu sous le nom de Canadian Radio League) fut particulièrement active dans la promotion d'une nationalité souveraine qui, à défaut d'exister spontanément, devait germer par l'action gouvernementale (Filion, 1994, 58-60). À ce sujet, son président, Graham Spry appelait d'ailleurs à choisir entre l'État ou les États-Unis (the State or the United States) (Canada, 1932, 565).

- 11 Cet argumentaire gravite autour du danger de l'impérialisme américain en le supposant uniformément ressenti sur l'ensemble du territoire canadien. Il est vrai que les forces continentales exercent alors une pression considérable sur le Québec comme sur le reste du Canada dont l'économie politique est largement tributaire du voisin américain. Toutefois, son environnement culturel particulier devrait permettre à sa radio – principalement celle de langue française – de résister à l'influence américaine, un aspect souvent occulté. Que disent les données dont nous disposons ? Dès les années 1920, les principales stations commerciales à Toronto et à Montréal sont affiliées aux réseaux américains National Broadcasting Company (NBC) ou Columbia Broadcasting System (CBS) qui ne cachent pas leurs prétentions sur le Canada (Aird, 1929, 11). Or, la barrière linguistique agit déjà : la principale station francophone, CKAC – Montréal, se démarque nettement de ses homologues de langue anglaise en programmant très peu d'émissions américaines, la plupart de celles-ci étant des concerts de musique provenant de l'Orchestre philharmonique de New York et de grands ensembles comparables (Filion, 1996, 451). Ce cas particulier, mais significatif, révèle que la radio francophone correspond donc peu à la menace que certains ont voulu faire d'elle en militant pour l'étatisation, un projet quelque peu utopique dans le contexte de l'époque.

Une nationalisation incomplète

- 12 En créant la Commission canadienne de la radiodiffusion (remplacée en 1936 par la SRC), la Loi sur la radiodiffusion de 1932 inaugure une nouvelle ère caractérisée par la mainmise théorique de l'État fédéral au moyen d'une Société d'État (Crown Corporation en anglais). Un réseau « national », une appellation souvent confondue dans les cercles officiels avec « public » (Raboy, 1990, 20), est ainsi constitué pour chacun des deux médias – la télévision apparaîtra en 1952 – dans l'une et l'autre des deux langues, donnant ainsi la chance aux Canadiens anglais et aux Canadiens français d'affirmer chacun leur originalité. Il appartient désormais à la Société d'État de produire des émissions et de les diffuser grâce à la construction de ses propres stations, par l'étatisation des stations privées ou encore par l'affiliation de celles-ci au réseau public. Or, nécessité économique oblige, c'est plutôt cette dernière voie qui sera suivie, le recours aux stations privées s'avérant

un complément nécessaire au réseau de base dans cette vaste étendue géographique qu'est le Canada, peu peuplé, par ailleurs aux prises avec la crise économique tout au long des années 1930. Ainsi, les subsides gouvernementaux ne seront jamais à la hauteur de la tâche et la commercialisation des ondes se poursuivra au moyen de la publicité. À en juger par le discours dominant, cette réclame publicitaire, en calquant la radiodiffusion canadienne sur le modèle américain, devrait donc nécessairement contrer l'effort de canadianisation des ondes.

La publicité, facteur d'américanisation ?

- 13 En principe, il fallait décharger la radio canadienne de ses obligations publicitaires en lui donnant une structure juridique et politique distincte de son homologue (et concurrente) américaine. Or, le financement de la société d'État par le trésor public ne sera jamais entièrement concrétisé. Par leur part, les stations privées échappèrent à la nationalisation annoncée par la loi sur la radiodiffusion tout en étant frappées jusqu'en 1958 de l'interdiction de se constituer en réseaux privés. Fut donc instauré un système hybride, à cheval entre le privé et le public, partagé entre la publicité et les subsides, et ainsi soumis à la tentation de la rentabilité à tout prix.
- 14 Ainsi, l'argument économique teinte fortement les grands débats sur la radiodiffusion canadienne, la SRC/CBC n'ayant pas les moyens d'assumer la production d'une grille de programmation entièrement canadienne, dans les deux langues, en dépit du mandat que lui confiait la loi. De tout temps, il semble que l'importation d'émissions américaines ait donné un fort rendement, ces produits étant déjà amortis dans leur marché d'origine et vendus ensuite à bas prix. Dès le départ, il y eut donc commandite à la radio tant publique que privée, tant francophone qu'anglophone, et importation d'émissions étrangères, deux éléments souvent étroitement liés. Quelle fut l'ampleur de ce phénomène ?
- 15 La Commission Aird, comme celles qui suivront, déplore les liens entre la culture de masse et la consommation de masse, à plus forte raison lorsque toutes deux sont associées à l'américanisation. L'instauration de la radio publique au Canada visait d'ailleurs à satisfaire les aspirations d'une élite, la Canadian Radio League (Ligue cana-

dienne de la radiodiffusion) en tête de liste, particulièrement active au Canada anglais. Il est vrai que les émissions commanditées au cours des années 1940 et 1950 renvoient toutes au divertissement léger, c'est-à-dire des radio-feuilletons et des programmes de variété qui en appellent à de vastes auditoires et jouissent de cotes d'écoute exceptionnelles (Filion, 1997). Or, parmi les émissions les plus prisées par les Canadiens de langue française, il en est très peu qui soient d'origine américaine. Certes, les émissions populaires sont commanditées notamment par les grandes firmes américaines comme Lever Brothers, Procter & Gamble ou Kraft et peuvent avoir été faites à l'américaine. Mais il n'en reste pas moins qu'elles ont été écrites, interprétées et produites au Québec pour le grand public francophone qui s'est reconnu en elles au point d'en faire des succès désormais inscrits dans le patrimoine collectif, au cœur de l'imaginaire et de l'affirmation identitaires (Nguyen-Duy, 1999, 154-155). L'immense succès des téléromans québécois auquel nous faisons plus haut référence plonge d'ailleurs ses racines dans la non moins grande ferveur populaire à l'endroit des « radioromans ». Au contraire, les commandites de la CBC sont associées à des émissions directement importées des grands réseaux américains : en anglais, la publicité est étroitement liée au divertissement populaire d'origine étrangère et est donc facteur d'américanisation. De manière étonnante, cette même commercialisation au Canada français est plutôt à l'origine d'une autre forme d'américanité, c'est-à-dire de l'éclosion sur les ondes d'une forme de culture distincte en terre d'Amérique sans être états-unienne pour autant (Filion, 1997). Car il aurait été difficile d'échapper complètement au modèle américain dans les conditions de proximité avec l'empire et de dépendance à l'endroit des stations commerciales dont la croissance ne souffrira pas vraiment de la mainmise gouvernementale.

L'expansion du secteur privé

- 16 La SRC/CBC avait notamment pour mandat d'acquérir les stations privées, par achat, bail ou expropriation. C'est le principe même de la nationalisation – ou étatisation – qui visait à placer un jour l'ensemble de diffuseurs sous le giron de l'État fédéral. Or, les circonstances ont plutôt mené à établir des « conventions d'exploitation avec des stations privées pour l'émission de programmes nationaux », une dispo-

sition contenue fort à propos dans la loi. C'est donc dire que les stations privées devaient demeurer indépendantes ou s'affilier au réseau « national », une mesure adoptée afin de briser les prétentions des grands réseaux américains en sol canadien. Les stations privées vont profiter ainsi d'une source d'approvisionnement en émissions à bon marché de la part du réseau public, aussi bien en anglais qu'en français. En conséquence, malgré la menace de nationalisation, elles vont survivre à la crise économique comme au bouleversement de la structure du système de radiodiffusion, et même prospérer. Cela fait-il d'elles nécessairement des agents d'américanisation ?

- 17 Le cas de la station radiophonique CKCH que nous avons étudié en détail est exemplaire à cet égard. Créée par des intérêts privés en 1932 à Hull (devenue Gatineau) à l'extrême sud-ouest du Québec, donc en bordure du Canada anglais, la station CKCH a puissamment contribué à l'identitaire régional et québécois, pour ne pas dire canadien-français. En ce qui a trait au fait français, son apport fut considérable car elle a permis de doter la communauté d'un espace public. L'information, l'éducation et le divertissement ont trouvé en elle une voix forte en dépit d'une certaine commercialisation qui, comme à l'échelle québécoise, a encouragé la production d'émissions locales plutôt que de mener à la retransmission d'émissions étrangères. Par son affiliation à Radio-Canada, CKCH fut aussi la courroie de transmission d'une production radiophonique produite à Montréal et distribuée dans l'ensemble de la diaspora canadienne-française, faisant d'elle un outil d'arrimage culturel au reste du Québec devenu un véritable « village global » (Filion, 2008). Ainsi, la radio au Québec, même lorsque détenue par des intérêts privés, ne s'est pas nécessairement faite agente d'acculturation, à plus forte raison lorsqu'affiliée au réseau national.

L'arrivée de la télévision

- 18 En principe, la rentabilité économique devrait avoir entraîné l'importation d'émissions étrangères, ce que ne manque pas de déplorer le rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences (Massey, 1951). Selon son discours, seul un service public peut veiller à l'éducation nationale en freinant la commercialisation des ondes à outrance et en moussant l'émergence d'une identité commune à tous les Canadiens. À ce sujet, il n'est pas inutile de se

rappeler l'échec du bilinguisme au cours des premières années de Radio-Canada. Cela a conduit dès 1938 à la séparation des réseaux radiophoniques français et anglais, dirigés depuis Montréal et Toronto.

- 19 En septembre 1952, les stations de télévision CBFT (Montréal) et CBLT (Toronto) étaient mises en opération. Or, après quelques mois d'un bilinguisme qui n'eût l'heur de satisfaire personne, la dualité canadienne s'imposait encore une fois dans les faits : dès 1954, étaient créés un réseau de langue anglaise et un autre de langue française, celui-ci étant pour l'essentiel confiné au Québec. À l'instar de la radio, ces deux réseaux de télévision étaient constitués de stations de base, donc publiques, et de stations privées affiliées. Ainsi, la nationalisation des ondes canadiennes allait demeurer un projet inachevé car le secteur privé, non seulement n'allait pas disparaître, mais allait plutôt croître au gré de l'expansion phénoménale de la télévision. La question de l'influence étrangère n'en prendra que plus d'ampleur. Les chiffres fournis à la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision (Commission Fowler) en 1957 sont très éloquentes : la télévision canadienne de langue anglaise importe plus de la moitié de sa programmation (Smythe, 1957). Ainsi la CBC retiendra-t-elle le gros de son auditoire avec des émissions américaines telles que *The Perry Como Show*, *Father Knows Best*, *The All Star Theatre*, *The Ed Sullivan Show* et *Dragnet*. Entre-temps, Montréal est devenue un des plus importants centres de production télévisuelle au monde (Laurence, 1990, 26). Les émissions les plus regardées au réseau français proviennent toujours du Québec, en particulier les téléromans parmi lesquels *La famille Plouffe* et *Les belles histoires des pays d'en haut* atteignent constamment des sommets d'écoute (Filion, 1994, 188-189). Ce phénomène est-il encore perceptible après 1958 alors qu'apparaissent les réseaux privés dont l'existence est désormais légalement autorisée ?

Réglementation, concurrence et libéralisation

- 20 Sous l'effet de l'engouement populaire pour la télévision, la participation accrue de l'industrie privée devenait inévitable dans un contexte de nationalisation inachevée sinon inachevable. Sans doute inspiré par le succès commercial du modèle américain, et par le compromis

consenti par l'Independent Television Act de la Grande-Bretagne, le gouvernement fédéral, désormais conservateur, allait modifier la Loi canadienne sur la radiodiffusion en 1958 : contrairement aux précédentes moutures de 1932 et 1936, celle-ci autorise alors la constitution de réseaux privés de radio et de télévision. Autrefois complémentaires, les stations privées deviennent donc concurrentes des réseaux d'État, un statut qu'elles détiennent encore de nos jours. Bien qu'on parle officiellement d'un système unique, cette expression devient galvaudée, sinon pour signifier que le secteur public et le secteur privé sont en principe contrôlés par un seul organisme, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR) nouvellement créé en 1958. La loi sur la radiodiffusion de 1968 le transformera en Conseil de la radio et de la télévision canadienne (CRTC) – devenu en 1975 l'actuel Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes – sans en changer foncièrement la vocation. Ainsi, cette agence de réglementation, en principe indépendante du Parlement, doit veiller à ce que toutes les composantes du système contribuent à l'atteinte des objectifs à la radiodiffusion canadienne, parmi lesquels l'unité nationale et l'identité canadienne au moyen d'une production locale. Depuis 1959, des règlements ont été ainsi imposés en ce qui a trait aux quotas de programmes étrangers. Sans entrer dans les détails de cette réglementation complexe et changeante, on peut dire qu'elle fut peu contraignante.

- 21 L'échec de la canadianisation pourrait donc provenir des autorités et de leur complaisance avec le milieu des affaires. C'est en gros ce qu'affirment le Comité consultatif sur la radiodiffusion canadienne (Fowler, 1965), le Comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse (Davey, 1969), le Comité consultatif des télécommunications et de la souveraineté canadienne (Clyne, 1979), le Comité d'étude de la politique culturelle fédérale (Applebaum - Hébert, 1982) et d'autres encore en adoptant une perspective stricte d'économie politique. Aucune de ces enquêtes ne fait grand cas des diversités régionales ou du caractère distinct du Québec francophone, sinon le rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion (Caplan - Sauvageau, 1986) qui affirmait sans ambages que le système de radiodiffusion canadien aurait été un échec sans la présence des Canadiens français. On ne doit donc pas se surprendre que la radiotélé-

vision de langue française soit devenue un tremplin pour le caractère distinct du Québec.

- 22 Notons que depuis 1991, la Loi canadienne sur la radiodiffusion remplace le concept d'unité nationale par celui de souveraineté culturelle canadienne, qui n'est guère plus précis et toujours aussi difficile à atteindre, en particulier là où l'auditoire partage les grandes déterminantes de la culture américaine. Tout au plus, la loi reconnaît-elle que « les radiodiffusions de langues française et anglaise, malgré certains points communs, diffèrent quant à leurs conditions d'exploitation et, éventuellement, quant à leurs besoins ». Suffirait-il de multiplier les productions canadiennes si les finances le permettaient ? La demande le justifie-t-elle d'un océan à l'autre ? On peut en douter puisque « les émissions canadiennes de langue anglaise n'ont pas connu le même succès que les émissions canadiennes de langue française auprès du public [...] le problème pourrait ne pas provenir d'un manque d'émissions, mais plutôt d'un manque de téléspectateurs » (Canada, 2003, 108).

À l'ère de la post-télévision

- 23 Cette forte identification collective au moyen des médias est-elle encore d'actualité ? Il est difficile d'y répondre en raison de la carence de grandes études récentes comparables à celle de 2003. Par ailleurs, le paysage médiatique se transforme considérablement en notre ère de post-télévision (Lafrance, 2009, 15). En dépit de la fin de la télévision annoncée (Missika, 2009), l'écoute télévisuelle classique semble se maintenir en direct et en différé (Radio-Canada, 2015). Il n'en reste pas moins que la transition de l'analogique au numérique risque fort de modifier les habitudes et de rendre caduque la réglementation de contenu canadien (George, 2008, 254). L'abolition des quotas de contenu canadien à la télévision avant 18 heures par le CRTC depuis mars 2015 pourrait en effet annoncer un mouvement irréversible, les radiodiffuseurs n'étant plus nécessairement les intermédiaires obligés entre les producteurs et les téléspectateurs.
- 24 Or, l'écoute en différé et puisée à de nouveaux véhicules pourrait, malgré tout, ne pas avoir détourné l'auditoire des productions québécoises. D'une certaine manière, elle est peut-être même venue renforcer cette écoute. Le phénomène des Têtes à claques constitue un

bon exemple de réussite initiale sur l'Internet avant de migrer à la télévision (Lafrance, 2009, 75-77). Le cas de *Série Noire* nous semble encore plus significatif : des cotes d'écoute somme toute modestes lors de la première saison à l'hiver 2015 l'auraient normalement menée à sa fin, un sort évité par le fort engouement que ses adeptes ont exprimé au moyen des médias sociaux. Il semble donc nécessaire comme jamais de favoriser la production locale et de permettre aux créateurs d'alimenter notre souveraineté culturelle. Le format de nos émissions est souvent d'inspiration américaine (Sauvageau, 2009). Mais leur production, leur ton, bref leur esprit, demeurent un assemblage original (Bernard, 2009 ; Prémont, 2010) et constituent donc un patrimoine immatériel précieux.

Conclusion

- 25 Depuis les origines de la radiodiffusion, on associe le libre marché à l'américanisation de l'ensemble du Canada, justifiant ainsi l'intervention de l'État fédéral qui, seul, aurait le pouvoir de déterminer les pratiques culturelles des Canadiens. Or, sans être totalement non-fondé, cet argument occulte néanmoins une réalité fortement teintée par la ligne de partage assez nette que la radio et la télévision auraient contribué à raffermir plutôt qu'à effacer. Les institutions publiques, les subventions et les diverses réglementations ont certainement eu un impact sur les lois du marché. Mais les publics canadiens et leurs cultures respectives ont été – et sont encore – tout aussi actifs dans le développement, ou l'échec, d'une programmation canadienne essentielle à l'affirmation et au développement identitaire. Ainsi, le Canada anglais serait « une nation absente » sur le plan culturel pour autant que la radio et la télévision en témoignent (Neilsen, 1994, 60). En ce domaine, il n'y a qu'auprès de la communauté francophone que les émissions dites « canadiennes » jouissent année après année d'une ferveur exceptionnelle auprès de l'auditoire, une réalité qui remonte au début de la radio et qui persiste encore aujourd'hui en dépit de la multiplication des chaînes, de l'ouverture sur l'extérieur et du glissement vers d'autres plateformes.
- 26 Vigoureux, solidement groupé et profondément enraciné, le Québec demeure néanmoins un marché numériquement limité. Sans entrer dans le débat sur la « qualité » des émissions proposées par le secteur

privé, il faut bien reconnaître l'apport historique et encore actuel du diffuseur public. Partiellement à l'abri des forces du marché, il peut (et doit) garantir l'offre d'un produit essentiellement canadien et de bon (sinon de haut) niveau. Il reste à souhaiter que la prochaine mouture de la loi canadienne sur la radiodiffusion, dont l'actuelle date de 1991, en maintienne l'existence et reconnaisse l'asymétrie des conditions au sein du Canada. Le succès de cette opération n'est plus à démontrer tel que l'illustre le Canada français par une vitalité culturelle peu commune.

BIBLIOGRAPHY

- Aird, J. (1929), *Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion*, Ottawa, Imprimeur du Roi.
- Applebaum, L. et Hébert, J. (1982), *Rapport du Comité d'étude sur la politique culturelle fédérale*, Ottawa, Ministère des Communications.
- Bernard, P.-Y. (2009), « L'influence de la télévision américaine dans nos séries télévisuelles » dans Théorêt, Y. (dir.) *Les médias québécois sous influence ?* Montréal, Presses de l'Université du Québec, p. 129-133.
- Canada, (1932), *Rapport du Comité spécial de la Chambre des communes sur la radiodiffusion*, Ottawa, Imprimeur du Roi.
- Canada (2003), *Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*, Rapport du Comité permanent du patrimoine canadien, Ottawa, Chambre des communes.
- Caplan, G. et Sauvageau, F. (1986), *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services.
- Clyne, A.V. (1979), *Le Canada et la télécommunication, Rapport du Comité consultatif des télécommunications et de la souveraineté canadienne*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services.
- Filion, M. (1994), *Radiodiffusion et société distincte. Des origines de la radio jusqu'à la Révolution tranquille au Québec*, Montréal, Éditions du Méridien.
- Filion, M. (1996), « Broadcasting and Cultural Identity : The Canadian Experience since 1920 », *Media, Culture and Society*, vol. 18, n° 3, p. 452-467.
- Filion, M. (1997), « La publicité américaine à la radio canadienne : le cas du réseau français de Radio-Canada, 1938-1958 », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 51, n° 1, p. 71-92.
- Filion, M. (2006), « L'évolution des politiques publiques et des pratiques culturelles en matière de radiodiffusion canadienne. L'utopie et la réalité », *Globe*,

- Revue internationale d'études québécoises*, vol. 9, n° 2, p. 75-89.
- Filion, M. (2008), *CKCH, la voix française de l'Outaouais*, Gatineau, Éditions Vents d'Ouest.
- Fowler, R. (1957), *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision*, Ottawa, Imprimeur de la Reine.
- Fowler, R. (1965), *Rapport du Comité sur la radiodiffusion*, Ottawa, Imprimeur de la Reine.
- George, É. (2009), « La politique de « contenu canadien » à l'ère de la "diversité culturelle" dans le contexte de la mondialisation » dans Théorêt, Y. (dir.), *David contre Goliath. La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Montréal, Éditions Hurtubise HMH, p. 235-257.
- Lachapelle, G. (dir.) (2010), *Le destin américain du Québec : américanité, américanisation et anti-américanisme*, Québec, Presses de l'Université de Laval.
- Lafrance, J.-P. (2009), *La télévision à l'ère d'Internet*, Montréal, Septentrion.
- Laurence, G. (1990), « La télévision québécoise au temps de l'indien », *Cap-aux-Diamants*, n° 23, p. 22-25
- Massey, V. (1949), *Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada*, Ottawa, Imprimeur de la Reine.
- Missika, J.-L. (2006), *La fin de la télévision*, Paris, Seuil.
- Neilsen, M. G. (1994), *Le Canada de Radio-Canada. Sociologie critique et dialogisme culturel*, Toronto, Éditions du Gref.
- Nguyen-Duy, V. (1999), « Le téléroman ou la volonté d'une télévision originale » dans Sauvageau, F. (dir.), *Variations sur l'influence culturelle américaine*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 131-157.
- Ouimet, A. (1948), *Report on Television*, Ottawa, Canadian Broadcasting Corporation.
- Prémont, K. (2010), « L'influence des médias américains sur la culture Québécoise ou l'impact de l'American Way of Life sur les Québécois » dans Lachapelle, G. (dir.), *Le destin américain du Québec : américanité, américanisation et anti-américanisme*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 115-136.
- Raboy, M. (1990), *Missed Opportunities. The Story of Canada's Broadcasting Policy*, Montréal et Kingston, McGill-Queen's University Press.
- Radio-Canada (2015), *La télévision, toujours prédominante chez les 18-34 ans*, 19 novembre 2015, disponible sur : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/750820>, consulté le 15 mai 2017.
- Sauvageau, F. (2009), « La télévision en crise : le retour des Américains ? » dans Théorêt, Y. (dir.), *Les médias québécois sous influence*, Montréal, Presses de l'Université du Québec, p. 115-120.
- Smythe, D. (1957), *Les émissions de radio et de télévision au Canada*, Ottawa, Imprimeur de la Reine.
- Théorêt, Y. (dir.) (2009), *David contre Goliath. La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Montréal, Éditions Hurtubise HMH.

ABSTRACTS

Français

En notre époque de mondialisation triomphante, la question des spécificités nationales est-elle encore d'actualité ? Dans une perspective véritablement sociale, l'étonnant phénomène identitaire de la francophonie canadienne rappelle la nécessité de considérer le milieu culturel original tout autant, sinon davantage, que la stricte économie politique. Ce patrimoine résulte d'une succession de contextes historiques et ne saurait être compris qu'en reconnaissant le rôle des usagers : au Canada, ces derniers se divisent depuis longtemps en deux principales communautés linguistiques, pour ne pas dire deux entités nationales distinctes, qui arrivent à des niveaux forts différents quant à la constitution de l'identité collective au moyen des médias de masse.

English

In our globalization era, can a nation remain distinct ? Has cultural sovereignty become obsolete ? The outstanding sense of community among French-speaking Canadians calls for a cultural analysis beyond the typical political economy perspective. Furthermore, this perennial phenomenon stems from a series of historical moments and must be put in the long run context. Media are part of a broad social system among which users play a fundamental defining role. Since the birth of modern Canada, citizenship is split in two main linguistic communities, if not two very different national entities : both attain a contrasting state of collective identity by means of the mass media.

INDEX

Mots-clés

Radio-télévision, Canada, Histoire, Identité collective, Américanisation

Keywords

Broadcasting, Canada, History, National Entity, Americanization

AUTHOR

Michel Filion

Diplômé de l'Université Laval (Ph.D.) et de l'Université d'Ottawa (M.A.), Michel Filion est professeur titulaire à l'Université du Québec en Outaouais (UQO). Spécialiste de l'histoire des médias de masse au Canada, en particulier au Canada

français, il a publié des ouvrages et de nombreux articles à ce sujet. Le professeur Filion est membre de la Chaire Senghor de la Francophonie de l'UQO.