

Une image de nous-mêmes! Les origines de la télévision québécoise

Michel Filion

Numéro 68, hiver 2002

N'ajustez pas votre appareil! Le petit écran a 50 ans

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/8177ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (imprimé)

1923-0923 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Filion, M. (2002). Une image de nous-mêmes! Les origines de la télévision québécoise. *Cap-aux-Diamants*, (68), 13–18.

LES ORIGINES DE LA TÉLÉVISION QUÉBÉCOISE

PAR MICHEL FILION

Au début de la radiodiffusion, le Canada était vraiment menacé d'annexion culturelle par les États-Unis. Les mesures prises à l'égard de la radiodiffusion par des gouvernements émanant de tous les partis ont permis au pays de conserver son identité culturelle.

- Rapport Massey, 1951

L'implantation de la télévision au Canada est déterminante, car c'est surtout à cause d'elle qu'émergera la réglementation systématique du contenu canadien dans la quête d'une identité nationale. On sait que ses coûts d'exploitation sont sensiblement supérieurs à ceux de la radio, ce qui la rend plus vulnérable à l'importation de productions étrangères. Formidable outil d'ouverture sur le monde, elle fut en contrepartie une actrice de premier ordre dans le pro-

cessus d'américanisation dès ses premières années d'existence. Société distincte oblige, au Québec s'articule néanmoins un système télévisuel qui accorde une place nettement dominante aux productions locales.

LA SOCIÉTÉ RADIO-CANADA

Mandataire du pouvoir qu'exerce le gouvernement fédéral en matière de radiocommunication, ce qui lui fut reconnu par le Conseil privé (Londres), en 1932, la Société Radio-Canada (Canadian Broadcasting Corporation) reçut, en 1949, le mandat exclusif d'établir un réseau national de télévision dont les deux centres de production seraient Montréal et Toronto. Contrairement à la radio, toutes les stations privées étaient tenues de s'affilier au réseau national, en français ou en anglais, selon le principe de la «station unique» : une seule station serait autorisée à s'installer dans

La Famille Plouffe. Émile Genest, Jean-Louis Roux, Thérèse Cadorette, Doris Lussier, Nana de Varennes, Paul Guèvremont, Pierre Valcourt, Roland Luttrell, Denise Pelletier, Roland Bédard et Amanda Alarie. (Collection privée).



chaque marché (ville ou région), jusqu'à ce que le rayonnement de la télévision canadienne soit jugé suffisant. En évitant la concurrence, ce principe visait à desservir au plus vite la majorité de la population canadienne et à lui offrir un juste dosage entre les missions d'éducation, d'information et de divertissement initialement confiées aux médias de masse électroniques. Il répondait d'ailleurs aux projections les plus optimistes exprimées notamment par la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences (Commission Massey) qui voyait dans le contrôle de la radiodiffusion par le gouvernement fédéral une condition suffisante pour garantir la création d'une identité canadienne et la sauvegarde de l'unité nationale. Les candidats ne faisaient pas défaut dans les grands marchés urbains : la première demande adressée à Radio-Canada par la station CKAC pour l'établissement d'une station privée de télévision remonte même à 1939, c'est-à-dire quelques années après que *La Presse* (propriétaire de CKAC) eut tenté une expérience fructueuse de diffusion télévisuelle à Montréal.

À quelques jours d'intervalle furent inaugurées, en septembre 1952, CBFT à Montréal et CBLT à Toronto. À l'origine, CBFT était bilingue, mais dès 1954, Radio-Canada en faisait une station francophone à part entière en créant CBMT à l'intention de l'auditoire anglophone. Un phénomène semblable avait marqué l'histoire deux décennies plus tôt après que le bilinguisme à la

radio nationale se soit révélé un échec. La dichotomie était consacrée et les deux solitudes desservies chacune à sa manière, ce qui, pour être déplorable et maintes fois déploré, n'en apparaît pas moins irréversible.

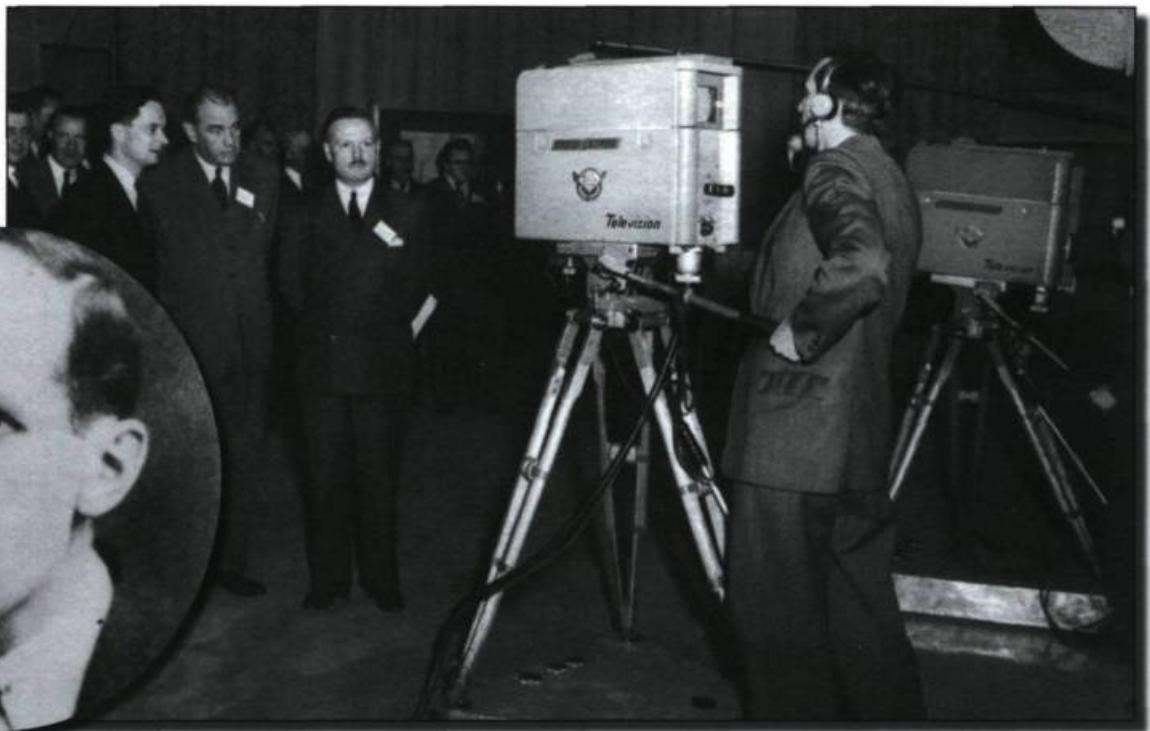
Nous ne pouvons toutefois, en tant que nation, accueillir sans péril pour notre identité nationale le flot naturel et débordant de moyens de communication puissants et persuasifs. Pouvons-nous résister au raz-de-marée de l'activité culturelle des États-Unis? Pouvons-nous nous conserver une identité, une culture et un art canadiens, c'est-à-dire une nationalité canadienne?

- Rapport Fowler, 1957

Par ailleurs, la télévision connut, au cours des années 1950, un développement fulgurant en dépit du prix élevé de l'appareil, soit 425 \$ en moyenne, une forte somme pour le Québécois moyen dont le revenu annuel correspondait à environ 1 300 \$. À la fin de la décennie, plus de 80 % des ménages n'en possèdent pas moins un téléviseur. Le rayonnement de la télévision atteint déjà potentiellement 80 % des foyers canadiens, en 1955, et 85 % de la population francophone, en 1958. La diffusion croît également : à CBFT, la moyenne hebdomadaire passe d'une trentaine d'heures au double avant la fin des années 1950, et ce, malgré le fait que la station dut s'en remettre à ses seules ressources après être devenue totalement francophone.

■
Dès le 30 novembre 1951, Radio-Canada expérimente la télédiffusion, à Montréal. Le 6 septembre 1952, la première émission est diffusée. (Archives nationales du Canada).

■
Vincent Massey (1887-1967), président de la Commission fédérale sur les arts, les lettres et les sciences au Canada, en 1949. (Archives nationales du Québec, à Québec).





À la veille de la nouvelle loi sur la radiodiffusion de 1958 qui allait autoriser les stations privées à sortir du giron de Radio-Canada, on trouve au Québec un peu moins d'une dizaine de stations de télévision. CBMT (Montréal), station de base de la société d'État, et CKMI (Québec), station privée, desservent le public anglophone. Dans le Québec francophone, les stations privées de Jonquière (CKRS), de Québec (CFCM), de Rimouski (CJBR), de Rouyn (CKRN), de Sherbrooke (CHLT), de Trois-Rivières (CKTM) et, en toute fin de période, de Matane (CKBC) sont regroupées autour de la station de base CBFT (Montréal). Ces stations, auxquelles il faut ajouter CBOFT (Ottawa) qui dessert la région de la capitale fédérale et le Sud-Ouest québécois, constituent en fait le réseau français. Pour peu, celui-ci prend plutôt des allures de réseau régional que national, à tout le moins au sens pancanadien du terme.

Pour l'essentiel, le réseau français est donc confiné au Québec, ce qui n'est certes pas sans contribuer à lui donner un caractère particulier. Montréal devient rapidement un des plus importants centres de production télévisuelle au monde et CBFT constitue la clé de voûte du réseau français. Les stations affiliées s'approvisionnent largement à elle, donnant ainsi au réseau une grande homogénéité. Car la quasi-totalité des productions étrangères (c'est-à-dire américaines pour la plupart) diffusées au Canada pendant les années 1950 le sont par des stations de langue anglaise, privées et publiques, qui retiennent le gros de leur auditoire avec des émissions telles que *The*

Perry Como Show, *Father Knows Best*, *The All Star Theatre*, *The Ed Sullivan Show* et *Dragnet*. Du reste, ce phénomène avait été prévu dès les années 1940 lors de la discussion sur l'adoption de normes techniques américaines ou européennes. Ces dernières auraient fermé le Canada aux importations américaines, mais il était toutefois impensable de dresser un mur entre le Canada et les États-Unis, comme l'affirmait avec lucidité Alphonse Ouimet, futur directeur général et président de Radio-Canada.

L'importation d'émissions américaines, en plus de satisfaire à la logique économique, correspond à une réalité culturelle continentale en marge de laquelle se trouve le Québec francophone.

LES PRODUCTIONS QUÉBÉCOISES

Canada must adopt completely and exclusively American standards for obvious economic reasons and to secure the paramount advantage of using American programs on Canadian stations as soon as television networks are available. [...] Television in Canada should be as typically Canadian as we can make it, but no more so than we can afford.

- Alphonse Ouimet, 1948

Qu'on en juge par la télévision : les sources d'information, indigènes à plus de 90 %, auraient permis aux Québécois de se créer une véritable place publique puisque des émissions documentaires et d'affaires publiques telles *Pays et merveilles* et *Les Idées*

La salle de commande de CBLT, première station de télévision à Toronto et deuxième au Canada, le 8 septembre 1952, le soir de première. (*Horizon Canada*, n° 62, p. 1478).

en marche réunissent au Québec des auditoires considérables, tandis que les moyens de divertissement, d'origine très majoritairement québécoise, encouragent eux aussi la constitution d'une culture populaire originale. L'immense popularité des téléromans témoigne certainement de l'interaction entre les médias et l'expression d'une personnalité québécoise. Pour ne nommer que ceux-ci, *Le Survenant*, *Cap-aux-Sorciers*, *Les Belles Histoires des Pays-d'en-Haut*, *Le Chenal-du-Moine*, *Je vous ai tant aimé*, *La Pension Velder* et, en tête de liste, *La Famille Plouffe* constituent un véritable phénomène de société qui imprègne la vie quotidienne des Québécois francophones. L'identification à certains personnages est à ce point forte qu'on parle même à l'occasion d'une confusion entre la réalité et la fiction qui remonte au temps de la radio et des radioromans.

En un sens, la nécessité d'un service national pour assurer la diffusion d'un contenu canadien se vérifie certainement mieux au Canada anglais qu'ailleurs. Ceci peut paraître paradoxal puisque la «canadianisation» des ondes y fut un demi-échec en comparaison avec l'éclatante réussite au Québec francophone. C'est que, sous un aspect fondamental, le contexte est différent. Le *dumping* américain menace plus la télévision canadienne-anglaise parce que la langue constitue une barrière au Québec. La réglementation en matière de contenu canadien qui surviendra à la fin des années

1950 apparaît donc à première vue largement superflue en ce qui a trait au Canada français. Cette réglementation, tout comme le service national, devait être une création pancanadienne. On sait pourtant que le service de radio-télévision francophone fut très concentré au Québec et qu'il s'est distingué au point de ne pas donner prise aux graves problèmes d'américanisation. Le transfert linguistique vers les stations anglaises est d'ailleurs limité. Notons que celui des anglophones vers les stations de langue française l'est encore plus, puisqu'il se résume à peu près à l'écoute de l'émission *La Lutte*. Parmi les émissions les plus populaires au Québec, en 1955-1956, quelques-unes seulement sont diffusées par le réseau anglais, dont *The Ed Sullivan Show* et *The Honeyymooners*, émissions américaines dont la renommée dépasse les frontières. Mais elles ne font pas partie des émissions qui rejoignent 250 000 foyers et plus. Celles qui connaissent un tel succès d'estime sont produites au Québec : *La Famille Plouffe* atteint d'ailleurs le chiffre extraordinaire de 330 000 foyers, alors qu'à peine un demi-million de ménages québécois possèdent la télévision. Même dans la région d'Ottawa-Hull, particulièrement sensible au transfert linguistique, ce sont les émissions que diffuse le réseau français (CBOFT) qui conservent les plus grosses cotes d'écoute parmi l'auditoire francophone. Ainsi, dans l'ensemble, la télévision française soutient la concurrence et remporte la partie en ce qui concerne certaines

Michèle Tisseyre, première animatrice à la télévision (*Music-Hall*, etc.). (Archives nationales du Canada, C-77926).



productions vedettes. *Music-Hall*, par exemple, réussit à supplanter à sa troisième saison l'émission *Toast of the Town* (CBMT), animée par Ed Sullivan et cotée la plus populaire au réseau anglais. Diffusée au cours de l'hiver 1957 en même temps que *The Ed Sullivan Show* (CBMT), *Music-Hall* rejoint 70 à 80 % de l'auditoire francophone de Montréal. On ne saurait donc nier que les Canadiens français, même s'ils furent en partie réceptifs à la télévision de langue anglaise et à ses émissions américaines, ont montré une préférence sans équivoque pour les émissions produites chez eux, dans leur langue. Conséquemment, on peut affirmer que les émissions produites au Québec ont contribué à l'affermissement d'une culture populaire originale.

LES CONTRESENS DU SYSTÈME UNIQUE

Avec la demande populaire pour la télévision, la participation accrue de l'industrie privée devenait inévitable. Fondée sur une interprétation subtile du rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision (Commission Fowler), la loi canadienne sur la radiodiffusion de 1958 autorise la constitution de réseaux privés de radio et de télévision. C'est ainsi qu'apparaîtront notamment CTV, au Canada anglais, et TVA, au Canada français. Auparavant menacées de nationalisation, considérées ensuite comme complémentaires, les stations privées deviennent ouvertement des concurrentes de la SRC. Bien qu'on parle encore de «système unique», cette expression devient de plus en plus galvaudée, sinon pour signifier que le système (constitué d'un secteur public et d'un secteur privé) est en principe contrôlé par un seul organisme, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion, qui deviendra le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) lors d'une nouvelle refonte de la loi, en 1968. Ce dernier doit veiller à ce que toutes les composantes du système contribuent à l'atteinte des objectifs (dont le contenu canadien et l'unité nationale) assignés légalement, bien que vaguement, à la radiodiffusion canadienne.

Pour faire contrepoids à la commercialisation de la télévision qui s'amorce au début des années 1960, des règlements ont été imposés par les organismes de contrôle successifs, notamment 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 a toujours échoué pour être trop



René Lévesque anime *Point de mire*, une émission d'affaires publiques à partir du 4 novembre 1956, à Radio-Canada. (*Horizon Canada*, n° 62, p. 1 479).

évasive : il arrive souvent que la diffusion des émissions canadiennes se situe en marge des heures de grande écoute, la plage de programmation la plus lucrative. Ainsi, les règles concernant le contenu canadien parviennent imparfaitement à contenir le phénomène de l'américanisation, particulièrement dans le créneau du divertissement qui occupe de plus en plus de place, commerce oblige. Conséquemment, la concurrence entre le secteur public et le secteur privé est constamment déplorée et le CRTC taxé de laxisme. Dans cette logique, l'échec de la «canadianisation» provient des autorités qui, par complaisance avec le milieu des affaires, reculent devant une réglementation musclée qui mettrait définitivement un frein à la pénétration des produits culturels américains à la télévision. L'intervention de l'organisme de réglementation est toutefois limitée par les réalités économiques qui rendent la diffusion d'émissions américaines plus rentable (parce qu'elles sont d'abord amorties dans leur marché d'origine et liquidées ensuite à l'étranger), par les critiques que soulève toute tentative de contrôle étatique et par la perméabilité des frontières en ce qui a trait aux produits culturels.

Et si les stratégies de diffusion (l'offre) et les pratiques culturelles (la demande) s'influençaient mutuellement? On pourrait remettre en question l'argument voulant que l'auditoire consomme toute la production

Alphonse Ouimet occupe la présidence de la société Radio-Canada de 1958 à 1967. (Archives nationales du film, de la télévision et de l'enregistrement sonore).



canadienne offerte et qu'il suffirait d'augmenter ou de faire respecter les quotas pour résoudre le problème du contenu canadien. Nos recherches démontrent plutôt que le recours aux émissions américaines depuis les origines de la radiodiffusion exprime une réalité culturelle bien ancrée dans la société canadienne et que la télévision québécoise, originale à ses débuts, demeure spécifique dans son enracinement. Comme toutes les autres, elle verse dorénavant dans le divertissement et ne constitue plus la même communauté culturelle qu'au temps des stations uniques alors que tous regardaient les mêmes émissions au même instant. Mais en dépit de ce fractionnement, l'offre et l'écoute marquent des différences considérables au Canada français et au Canada anglais où la culture populaire était déjà profondément américanisée avant que la télévision ne la diffuse si largement. Le palmarès des émissions est révélateur à cet égard : les plus écoutées à la télévision française sont toujours d'origine canadienne (c'est-à-dire québécoise), une situation que nous envient les nationalistes canadiens.

Le président de la Canadian Broadcasting Corporation déclarait, en 1938, qu'en dépit de l'amertume ressentie par certains Canadiens à l'endroit de la diffusion d'émissions américaines, nous appartenions, volontairement ou non, au continent nord-américain et à la civilisation américaine. Ce point de vue d'un partage de la culture étasunienne apparaît irrecevable pour les Québécois de

langue française. L'existence même d'un réseau de radio et de télévision de langue française témoigne d'une différente «américanité». Cette réalité est d'ailleurs confirmée par le comportement des téléspectateurs, mais le rôle du public est trop souvent négligé au profit de celui de facteurs plus aisément identifiables, telles les politiques qui déterminèrent la structure juridique des médias. Pourtant, même à ce sujet, la radiodiffusion québécoise est certainement celle qui cadre le mieux avec l'esprit de la loi qui, depuis sa refonte en 1991, remplace le concept d'unité nationale par celui de souveraineté culturelle. Paradoxalement, eu égard aux objectifs nationaux assignés à la radiodiffusion depuis ses origines, elle fut la seule à exprimer aussi clairement la réalité canadienne. Mais en renforçant le processus d'identification, l'expérience de la radiodiffusion québécoise rend caduc le rêve d'unité nationale par la voie des communications. L'identification à une culture n'est pas le fait d'une génération ni d'une technologie de communication. Elle plonge ses racines dans un passé beaucoup plus profond. ♦

Michel Filion est professeur à l'Université du Québec à Hull.

Pour en savoir plus :

Sur l'histoire de la radio, voir Michel Filion, chapitre 5 : «Radio» dans Michael Dorland (dir.), *The Cultural Industries in Canada : Problems, Policies and Prospects*, Toronto, James Lorimer, 1996, p. 118-141 et «La publicité américaine à la radio canadienne : le cas du réseau français de Radio-Canada, 1938-1958» dans *Revue d'histoire de l'Amérique française*, 51, 1 (1997), p. 71-92.

Pour les données concernant la diffusion et l'écoute de la télévision au cours de sa première décennie, voir les chapitres 7 et 8 de Michel Filion dans *Radiodiffusion et société distincte. Des origines de la radio jusqu'à la Révolution tranquille au Québec*, Montréal, Éditions du Méridien, 1994, 239 p.

Michel Filion. «L'américanisation de la radio québécoise et l'émergence du service national de radiodiffusion au Canada, 1919-1932» dans *Communication*, 14, 2 (1993), p. 197-221 et «Broadcasting and Cultural Identity : The Canadian Experience Since 1920» dans *Media, Culture and Society* (Londres), 18, 3 (1996), p. 452-467.