

L'évolution des politiques publiques et des pratiques culturelles en matière de radiodiffusion canadienne. L'utopie et la réalité

The Evolution of Public Policies and Cultural Practices in Matters of Canadian Broadcasting. Utopia and Reality

Michel Filion

Volume 9, numéro 2, 2006

Pratiques culturelles et classes populaires

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1000880ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1000880ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Globe, Revue internationale d'études québécoises

ISSN

1481-5869 (imprimé)

1923-8231 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Filion, M. (2006). L'évolution des politiques publiques et des pratiques culturelles en matière de radiodiffusion canadienne. L'utopie et la réalité. *Globe*, 9(2), 75–89. <https://doi.org/10.7202/1000880ar>

Résumé de l'article

Il est encore courant de présenter l'organisation politique et juridique de la radiodiffusion comme l'acteur principal de la *canadianisation* des ondes. Depuis le début du siècle, l'intervention gouvernementale serait ainsi la condition essentielle de l'éclosion et de la sauvegarde d'une véritable identité canadienne autrement menacée par l'influence américaine. Ce discours, utopiste à bien des égards, repose sur une conception linéaire de la communication de masse et occulte la réalité sociale canadienne. Pour le comprendre, il faut jeter un autre regard sur l'histoire en considérant les médias comme un tout organique, c'est-à-dire comme un *système* (on parle d'ailleurs du « système canadien de radiodiffusion ») sensible au jeu d'une diversité d'acteurs. Les éléments les plus en vue, le gouvernement et l'industrie, donnent l'impression d'être les plus importants. Mais, dans le cas précis de la programmation canadienne, ce sont davantage les caractéristiques culturelles des auditoires qui constituent les facteurs déterminants du phénomène d'identification collective par le biais de la radio et de la télévision.

L'évolution des politiques publiques et des pratiques culturelles en matière de radiodiffusion canadienne. L'utopie et la réalité

Michel Filion

Université du Québec en Outaouais

Résumé – Il est encore courant de présenter l'organisation politique et juridique de la radiodiffusion comme l'acteur principal de la *canadianisation* des ondes. Depuis le début du siècle, l'intervention gouvernementale serait ainsi la condition essentielle de l'éclosion et de la sauvegarde d'une véritable identité canadienne autrement menacée par l'influence américaine. Ce discours, utopiste à bien des égards, repose sur une conception linéaire de la communication de masse et occulte la réalité sociale canadienne. Pour le comprendre, il faut jeter un autre regard sur l'histoire en considérant les médias comme un tout organique, c'est-à-dire comme un *système* (on parle d'ailleurs du « système canadien de radiodiffusion ») sensible au jeu d'une diversité d'acteurs. Les éléments les plus en vue, le gouvernement et l'industrie, donnent l'impression d'être les plus importants. Mais, dans le cas précis de la programmation canadienne, ce sont davantage les caractéristiques culturelles des auditoires qui constituent les facteurs déterminants du phénomène d'identification collective par le biais de la radio et de la télévision.

The Evolution of Public Policies and Cultural Practices in Matters of Canadian Broadcasting. Utopia and Reality

Abstract – It is still often the case in our days to consider that the canadianization of radio and television broadcasting has been achieved thanks to its political and judicial organization. In such a perspective, the government's intervention – from the start of the twentieth century and onward – is thought to have been the essential condition of the birth and growth of a real canadian identity otherwise threatened by the influence of the United States of America. Such utopian discourse rests on a linear conception of mass communications and ignores the social reality of Canada. Looking anew at this history requires that the

Michel Filion, « 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, 2006.

medias be conceived as an organic whole, in other words as a system, in which a great diversity of actors intervene. The canadian government and the industry, the most visible among those actors, also seem to be the most important. And yet, at least in the specific case of Canadian programming, the cultural characteristics of the viewing publics are here shown to have been the main factor in the creation of a collective identity through radio and television.

En mai 2006, le président du conseil d'administration de Radio-Canada affirmait que la société d'État avait nui à la cause de l'unité nationale. Le réseau français aurait largement contribué à l'émergence de l'identité québécoise, mais cela « au détriment du pays tout entier », et il serait temps de corriger le tir. « Je crois que la Société Radio-Canada peut faire ce que le chemin de fer a fait lors de la fondation de ce pays. Je crois qu'elle peut unifier le pays¹ », disait Guy Fournier.

Ces propos ne sont pas originaux, ni nouveaux. Ils renvoient à l'époque pionnière de la radiodiffusion, avant même que ne soit créée Radio-Canada. Au cours des années 1920, la « nation » canadienne restait à construire sur les restes de l'ancien empire britannique pour éviter de tomber sous l'égide du nouvel empire américain. Car la question de l'unité au moyen des médias est étroitement – et depuis longtemps – liée à celle de l'influence américaine, qui rend difficile, voire utopique, la construction d'un Canada culturellement souverain et homogène. Dans l'espace canadien coexistent au moins deux cultures nationales inégalement affirmées. Avant de raviver le débat sur l'unification de ces cultures au moyen de la radio-télévision, peut-être faudrait-il tirer les leçons du passé.

La radiodiffusion est historiquement marquée par une constante opposition conceptuelle : devait-elle constituer un moyen politique et culturel consacré à l'éclosion d'une personnalité canadienne ou un instrument de profit asservi à des fins commerciales, sans autre objectif ? Comme en d'autres domaines, la situation canadienne en est une de compromis. Inévitable, la commercialisation des ondes, généralement associée à l'*américanisation*, justifie néanmoins l'intervention de l'État fédéral afin d'en contenir les débordements. Celui-ci, par l'entremise du

1. Joël-Denis BELLAVANCE, « La SRC doit promouvoir l'unité du pays selon Guy Fournier », *La Presse*, 29 mai 2006.

L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES PUBLIQUES

diffuseur « public » et des agences de réglementation, tel le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, pourrait parvenir à guider les pratiques culturelles des Canadiens en assurant la production et la programmation d'un contenu canadien. Or, la réalité est certainement plus complexe dans un pays marqué notamment par une ligne de partage linguistique assez nette. Au lieu de servir l'identité canadienne, purement hypothétique, souhaitée par les théoriciens d'un Canada uni et monolithique, la radio et la télévision pourraient avoir contribué à raffermir des identités irréductibles. À travers l'histoire, les interventions gouvernementales et leur impact sur les lois du marché constituent les forces les plus évidentes et les mieux documentées, mais les publics et leurs cultures respectives pourraient avoir été tout aussi actifs dans le développement, ou l'échec, d'une vision du monde et d'un imaginaire véritablement canadiens. Du point de vue des politiques publiques, cette histoire se déroule en trois temps.

Un marché libre jusqu'en 1932

Le début du xx^e siècle constitue au Canada une période de transition dans le cadre d'une industrialisation amorcée tardivement. La mise en place des conditions internes (ressources, énergie, main-d'œuvre) et externes (capital, technologie, marché) du développement industriel échappe pour une large part aux Canadiens, ce qui suscite la crainte de l'impérialisme américain sur le plan économique, mais aussi culturel. Alors que se forme l'État canadien, dont l'autonomie ne sera reconnue qu'avec le Statut de Westminster en 1931, le gouvernement fédéral commence à élargir son champ d'activité et met de l'avant un projet centralisateur : la création d'une identité canadienne par opposition à la culture populaire américaine et à d'autres formes d'affirmation nationale. À ce chapitre, la radio naissante ne laisse pas indifférent.

Le foisonnement des stations privées depuis près d'une décennie amène en 1928 la création de la Commission royale d'enquête sur la radiodiffusion, sous la présidence de John Aird². D'emblée, cette

2. John AIRD, *Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion*, Ottawa, Imprimeur du Roi, 1929.

commission penche pour le modèle interventionniste britannique, c'est-à-dire la participation des fonds publics à une programmation canadienne produite et contrôlée par une société d'État vouée à la construction identitaire (« *nation building* ») du Canada.

Les possibilités de la radiodiffusion en tant que moyen d'éducation nous ont été amplement signalées, savoir : l'éducation dans son sens le plus large, non seulement telle que comprise dans les écoles et les collèges, mais aussi en tant que source de distraction et de renseignement à l'usage du public sur des questions d'intérêt national [...]. Dans un pays géographiquement aussi étendu que le Canada, la radiodiffusion est indubitablement appelée à jouer un grand rôle en développant l'esprit national. De nombreuses personnes que nous avons entendues au cours de nos séances nous ont fait connaître qu'elles aimeraient qu'il existât un échange de programmes entre les différentes parties du pays³.

Comme la voie ferrée pancanadienne inaugurée quelques décennies auparavant, la technologie moderne qu'était à l'époque la radio parviendrait à cimenter l'immense assemblage des provinces canadiennes. Par ailleurs, la Commission Aird estime que « les auditeurs canadiens de radio veulent de la radiodiffusion canadienne⁴ ». Il s'agit de l'axiome sur lequel se fonderont tous les artisans de l'intervention gouvernementale. Un puissant lobby nationaliste pancanadien, la Ligue canadienne de la radiodiffusion, s'inscrit dans la même foulée. Son porte-parole, Graham Spry, qui deviendra par la suite une figure emblématique de la nationalisation des ondes, lançait une formule-choc devant le Comité spécial de la Chambre des communes sur la radiodiffusion, créé en 1932 : il s'agissait de choisir entre l'État et les États-Unis⁵. Ce comité devint d'ailleurs un forum sur la contribution de la radiodiffusion à la cause nationale, comme le rappelait John Aird, appelé à témoigner⁶. Au centre de ce

3. *Ibid.*, p. 6.

4. *Ibid.*

5. COMITÉ SPÉCIAL DE LA CHAMBRE DES COMMUNES SUR LA RADIODIFFUSION, *Rapport*, Ottawa, Imprimeur du Roi, 1932, p. 565. « *The question is : the State or the United States ?* » [je traduis].

6. *Ibid.*, p. 495.

L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES PUBLIQUES

discours se situe le danger américain, qu'il faut appréhender à plus d'un degré : impérialisme économique d'une part, pénétration des valeurs américaines de l'autre, ce qu'avait clairement avancé le rapport Aird :

Actuellement, la plupart des programmes radiodiffusés proviennent de sources extra-canadiennes. Or on a insisté auprès de nous pour nous faire entendre que la réception continuelle de ce genre de programmes tend à modifier la mentalité de la jeunesse de chez nous, de façon à lui inculquer un idéal et des opinions qui ne sont pas canadiens⁷.

Il est vrai que la proximité du géant américain plaçait le Canada dans une situation précaire. Les principales stations de radio canadiennes en matière de puissance technique et de rayonnement, c'est-à-dire CFRB et CKGW (Toronto), de même que CFCF et CKAC (Montréal), étaient déjà affiliées aux grands réseaux américains NBC ou CBS. Or, la Commission Aird, le Comité spécial de la Chambre des communes sur la radiodiffusion ainsi que la Ligue canadienne de radiodiffusion occultaient un pan important de la réalité. En effet, nous avons démontré ailleurs que le « problème » canadien revêtait une signification différente lorsque la langue de communication était prise en compte : malgré son affiliation, la station CKAC – très majoritairement francophone – ne diffusait des émissions américaines que dans une petite proportion de sa programmation, contrairement à ses homologues de langue anglaise⁸. Car les émissions américaines eurent très tôt la sympathie et même la préférence du public canadien-anglais⁹.

Alors que la radiodiffusion canadienne en était à sa première phase de développement, de sérieux indices suggèrent que l'américanisation des ondes canadiennes fut utilisée par le discours officiel à des fins partisans. La radio devint rapidement l'objet d'une lutte politique marquée

7. John AIRD, *op. cit.*, p. 6.

8. Michel FILION, « L'américanisation de la radio québécoise et l'émergence du service national de radiodiffusion au Canada », *Communication*, vol. 14, n° 2, 1993, p. 197-221.

9. Frank PEERS, *The Politics of Canadian Broadcasting, 1920-1951*, Toronto, University of Toronto Press, 1969, p. 20.

par le conflit entre la centralisation et la régionalisation, d'une lutte économique opposant le secteur public (en voie de création) au secteur privé et, enfin, d'une lutte idéologique menée par une élite intellectuelle contre l'émergence d'une culture populaire à l'américaine. Camouflés dans le discours, ces éléments reviennent dans la suite de l'histoire.

L'ère de la nationalisation, 1932-1958

La Loi sur la radiodiffusion de 1932 inaugure une nouvelle ère caractérisée par la mainmise théorique de l'État fédéral : un réseau « national » est constitué pour chacun des deux médias – la télévision apparaîtra en 1952 – dans chacune des deux langues, donnant ainsi la chance aux Canadiens anglais comme aux Canadiens français d'affirmer leur originalité. Mais les autorités persistent à taire certaines réalités qui mettraient en péril le principe de l'unité nationale et la constitution d'une identité canadienne unique.

En principe, la loi de 1932 devait consacrer la *canadianisation* des ondes par l'intermédiaire d'une corporation publique, la Commission canadienne de la radiodiffusion, qui deviendra en 1936 la Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation, chargée à la fois d'établir un service national et de contrôler l'ensemble des stations par le pouvoir d'émission des licences et de réglementation des contenus qui lui était conféré. Toutefois, confrontée au formidable défi que représentent l'immensité du Canada et son sous-développement démographique, sans compter un maigre financement en ces années de crise économique, la société d'État ne put se priver du recours aux productions étrangères et à la réclame publicitaire¹⁰. Il lui fallut aussi compter sur la libre entreprise. Le réseau, composé de stations de base appartenant en propre à Radio-Canada, ne pouvait compléter son rayonnement qu'en faisant appel à des stations privées qui, par contrat d'affiliation, relayaient une certaine part d'émissions dites « nationales ». La loi interdit néanmoins la

10. Michel FIUON, « 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, 1997, p. 71-92.

L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES PUBLIQUES

création de réseaux privés, une mesure qui restera en vigueur jusqu'en 1958.

Or, la loi du marché et la poursuite du profit incitent les diffuseurs privés, affiliés à Radio-Canada ou non, à importer des émissions étrangères, ce que ne manquent pas de déplorer le rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences en 1951¹¹ et celui de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision en 1957¹². Ces commissions réaffirment le postulat : seul un service national peut créer une identité canadienne. Pourtant, le mécontentement suscité de part et d'autre par la diffusion d'une programmation bilingue avait conduit dès 1938 à la séparation des réseaux radiophoniques français et anglais¹³. Cette scission allait porter un dur coup au projet d'unité nationale, car le Québec francophone pouvait ainsi se doter d'un système distinct dans son organisation et dans sa programmation. Des données colligées pour le compte de la Commission Massey le démontrent : l'importation d'émissions de radio est beaucoup plus faible au réseau français qu'au réseau national anglais. Cette distinction affecte également les stations privées, même celles encore affiliées aux réseaux américains en vertu de dérogations spéciales. La radio n'apparaît donc pas marquée par une forte corrélation entre le mode de propriété et l'américanisation¹⁴. La télévision confirme ce phénomène s'il en est besoin.

En septembre 1952, les stations de télévision CBFT-Montréal et CBLT-Toronto sont mises en opération. Elles deviendront respectivement les stations mères du réseau français et du réseau anglais : après quelques essais infructueux de bilinguisme, la dualité canadienne est encore une fois reconnue dans les faits dès 1954. Pour l'essentiel, le réseau français est confiné au Québec et à ses régions limitrophes, ce qui contribue

11. Vincent MASSEY, *Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada*, Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1951.

12. Robert FOWLER, *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision*, Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1957.

13. Austin WEIR, *The Struggle for National Broadcasting in Canada*, Toronto/Montréal, McClelland & Stewart, 1965, p. 149-152.

14. Michel FILION, *Radiodiffusion et société distincte. Des origines de la radio jusqu'à la Révolution tranquille au Québec*, Montréal, Éditions du Méridien, 1994.

à lui donner un caractère particulier. Montréal devient rapidement un des centres de production télévisuelle les plus importants au monde¹⁵, et CBFT constitue la clé de voûte du réseau français. Les stations affiliées s'approvisionnent largement chez elle, donnant ainsi au réseau une grande homogénéité.

Doit-on remettre en question l'argument supposant qu'il n'existait point de salut pour le Canada sans le service national de radiodiffusion ? Sa présence a certainement diminué l'impact des forces du marché continentales, mais les différences les plus substantielles en ce qui concerne l'importation des émissions américaines se situent plutôt entre stations francophones et stations anglophones, fussent-elles publiques ou privées. Les chiffres fournis à la Commission Fowler sont très éloquentes à cet égard : en 1956, les émissions de télévision américaines composent 51,6 % de la programmation de la CBC et 54,2 % de celle des stations privées de langue anglaise ; elles sont, en contrepartie, beaucoup moins présentes sur les ondes de Radio-Canada (2,3 %) et des stations privées de langue française (13,1 %)¹⁶. Il devient donc étonnant de parler d'une contribution nécessairement plus considérable du secteur public à la création d'une identité nationale puisque l'américanisation des ondes canadiennes de langue anglaise semble bien amorcée. Du reste, ce phénomène avait été prévu dès la discussion sur la possible adoption de normes techniques européennes qui auraient fermé le Canada aux importations américaines. Alphonse Ouimet, futur président de la Société Radio-Canada, affirmait toutefois en 1948 que cette solution n'était pas envisageable, que la télévision canadienne devait nécessairement se conformer aux normes américaines pour d'évidentes raisons économiques et pour tirer profit de l'approvisionnement en émissions américaines. « Au Canada, disait-il, la télévision doit être aussi canadienne que possible, mais pas davantage que ce que nous pouvons nous permettre¹⁷. » Ainsi la CBC retiendra-t-elle le gros de son auditoire avec des

15. Gérard LAURENCE, « La télévision québécoise au temps de l'indien », *Cap-aux-Diamants*, n° 23, automne 1990, p. 22-25.

16. Dallas SMYTHE, *Les émissions de radio et de télévision au Canada*, Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1957.

17. Alphonse OUIMET, *Report on Television*, Ottawa, Société Radio-Canada, 1948, p. 4. « [...] these possible alternatives are out of question ; Canada must adopt

L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES PUBLIQUES

émissions américaines telles que *The Perry Como Show*, *Father Knows Best*, *The All Star Theatre*, *The Ed Sullivan Show* et *Dragnet*. Au contraire, les émissions les plus regardées au réseau français proviennent toujours du Québec, en particulier les télé-feuilletons, parmi lesquels *La famille Plouffe* atteint constamment des sommets d'écoute. Austin Weir, qui a bien connu la situation de l'intérieur pour avoir été l'un des directeurs de la CBC, pouvait donc affirmer que les auditeurs de langue française avaient une meilleure compréhension de la mission de Radio-Canada, dont ils appréciaient davantage les réalisations que ne le faisaient les Canadiens de langue anglaise¹⁸. Ce phénomène est-il encore perceptible lorsque émergent et foisonnent les réseaux privés ?

Libéralisation et concurrence depuis 1958

La participation accrue de l'industrie privée devenait inévitable avec la demande populaire pour la télévision. La loi canadienne sur la radio-diffusion de 1958, puis celle de 1968 autorisent la constitution de réseaux privés de radio et de télévision, qui deviendront ouvertement des concurrents de la SRC/CBC. Bien qu'on parle encore de *système unique*, cette expression devient galvaudée, sinon pour signifier que le secteur dit « public » – il s'agit en fait d'une radiodiffusion d'État¹⁹ – et le secteur privé sont en principe contrôlés par un seul organisme, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion. Celui-ci deviendra en 1968 le Conseil de la radio et de la télévision canadiennes (CRTC). Il 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.

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 - [je traduis].

18. Austin WEIR, *op. cit.*, p. 288.

19. Marc RABOY, *Occasions ratées. Histoire de la politique canadienne de radiodiffusion*, Montréal/Québec, Liber/Presses de l'Université Laval, 1996.

Pour faire contrepoids à l'expansion du secteur privé, des règlements ont été imposés par les organismes de contrôle successifs, notamment en ce qui a trait aux quotas de contenu canadien. Sans entrer dans les détails de cette réglementation complexe et changeante, on peut dire qu'elle a toujours échoué à contrer l'américanisation. 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 canadienisation est le fait des autorités qui, par complaisance à l'égard du milieu des affaires, reculent devant une réglementation musclée qui mettrait définitivement un frein à la pénétration des produits culturels américains. En 1965, le rapport du Comité consultatif sur la radiodiffusion canadienne, présidé par Robert Fowler, critiquait l'inefficacité du règlement sur la teneur canadienne de la programmation et l'apparente indifférence des stations privées envers les objectifs nationaux contenus dans la loi sur la radiodiffusion. L'avènement de la télévision privée au Canada, au lieu d'offrir une véritable diversité au public canadien, aurait plutôt augmenté la diffusion d'émissions de divertissement populaire, en grande partie d'origine américaine²⁰. D'autres études ont par la suite tiré les mêmes conclusions sans jamais faire grand cas des diversités régionales ou du caractère distinct du Québec francophone²¹. Toutefois, en 1986, dans un rapport très étoffé, le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, présidé conjointement par Gerald Caplan et Florian Sauvageau, déplorait la déréglementation dans laquelle s'engageait le CRTC, mais affirmait par ailleurs que le système de radiodiffusion canadien constituerait un échec sans la présence du Canada français, où l'emprise américaine est beaucoup moins forte²².

20. Robert FOWLER, *Rapport du Comité sur la radiodiffusion*, Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1965.

21. Louis APPLEBAUM et Jacques HÉBERT, *Rapport du Comité d'étude sur la politique culturelle fédérale*, Ottawa, Ministère des Communications, 1982 ; John Valentine CLYNE, *Le Canada et la télécommunication. Rapport du Comité consultatif des télécommunications et de la souveraineté canadienne*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services, 1979.

22. Gerald CAPLAN et Florian SAUVAGEAU, *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*, Ottawa, Ministère des Approvisionnements et Services, 1986.

Notons que, depuis 1991, la loi canadienne sur la radiodiffusion remplace la poursuite de l'unité nationale par la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle, ce qui n'est guère plus précis et toujours aussi difficile à atteindre : en effet, l'intervention de l'organisme de réglementation est limitée par les réalités économiques qui rendent la diffusion d'émissions américaines plus rentable, par les critiques que soulève toute tentative de contrôle étatique et par la perméabilité des frontières en ce qui a trait aux produits culturels. Mais à l'instar de Richard Collins, on peut remettre en question l'argument voulant que l'auditoire consomme toute la production canadienne offerte et qu'il suffirait d'augmenter ou de faire respecter les quotas pour résoudre le problème du contenu canadien et, du coup, celui de l'identité et de l'unité canadiennes²³.

Le Québec, une société distincte

Le courant de libéralisme économique qui s'impose depuis les années 1980 remet sérieusement en question le rôle de l'État canadien dans tous les secteurs d'activité, dont les médias de masse. Avant d'être porté au pouvoir, le parti conservateur de Stephen Harper laissait d'ailleurs entendre qu'il envisageait la privatisation de la CBC. Sans l'aide gouvernementale, la « culture » canadienne peut-elle survivre ? Même avec cette aide, la question demeure pertinente.

La loi canadienne sur la radiodiffusion exige des diffuseurs qu'ils présentent des émissions de grande qualité utilisant autant que possible les ressources canadiennes. C'est le principe même de la canadianisation des ondes, principe endossé depuis la Commission Aird. Mais à l'encontre de cet objectif se trouve la concurrence des émissions américaines, particulièrement dans le créneau des dramatiques et des séries télévisuelles, offertes aux diffuseurs canadiens à faible coût et déjà popularisées sur leur propre marché. Dans ces conditions, la présentation

23. Richard COLLINS, *Culture, Communication and National Identity. The Case of Canadian Television*, Toronto, University of Toronto Press, 1990.

d'émissions qui rendent compte de la réalité canadienne constitue un grand défi pour l'industrie canadienne, surtout là où ne s'érige aucune barrière linguistique. En théorie, cette situation conduit nécessairement à une assimilation des Canadiens à une culture étrangère et, par ricochet, rend caduque la poursuite d'une unité qui ne saurait reposer que sur une identité forte et commune d'un océan à l'autre. Mais en est-il vraiment ainsi ? Une culture spécifique peut-elle imposer une production spécifique malgré l'industrialisation et la prédominance des critères de rentabilité ? Le milieu d'accueil est-il actif ou simplement réactif dans la définition de l'offre ?

La souveraineté culturelle est un concept que l'on évoque régulièrement et depuis longtemps. Pour une collectivité, ce concept signifie qu'elle dispose des pleins pouvoirs pour orienter et protéger son identité, et en assurer l'évolution. Ces pouvoirs sont généralement définis par l'existence de la nation et sa constitution en État. Or, les provinces, dont le Québec, sont des États fédérés qui ne jouissent pas de la reconnaissance internationale et qui sont soumis à Ottawa par la constitution. Le Québec dispose néanmoins de plusieurs éléments constitutifs d'un État : une culture distincte dont le pivot demeure la langue française ; sa propre histoire ; des institutions tels le droit civil et l'impôt sur le revenu ; enfin, des symboles parmi lesquels la fleur de lys et le drapeau (le premier du genre au Canada). La très grande majorité de ce qu'on appelait jadis « la nation canadienne-française » se trouve d'ailleurs au Québec, la seule province qui se dit un État et dont les dirigeants élus forment l'Assemblée nationale. Cette différence donne des résultats très concrets quant à la survie des industries culturelles dans leurs milieux respectifs.

Reprenons l'exemple de la radiodiffusion, de la télévision plus particulièrement, en considérant l'offre et la demande de produits étrangers. Dans une vaste étude consacrée au problème toujours préoccupant de la souveraineté culturelle au Canada, le Comité permanent du patrimoine canadien faisait récemment des constatations dans la même veine que celles faites jusqu'ici : aux heures de grande écoute, les Canadiens regardent beaucoup d'émissions américaines (c'est la majorité de ce qu'ils regardent, à vrai dire), à l'exception des spectateurs francophones du Québec, qui préfèrent largement les émissions produites sur place, tous

L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES PUBLIQUES

genres confondus²⁴. Le cas des dramatiques est exemplaire à cet égard, à tel point que le rapport du Comité revient amplement sur le caractère unique du Québec en ce domaine :

Le téléroman au Québec est un phénomène unique dans le monde de la télévision canadienne, voire internationale. Dans un ouvrage réalisé à l'occasion de l'exposition « Téléroman » présentée au Musée de la civilisation de Québec, de 1996 à 1998, on nous explique, en guise d'introduction, qu'en 1974, l'UNESCO avait mandaté un sociologue scandinave, Tapio Varis, pour réaliser le premier répertoire mondial des émissions de télévision. Au terme de son travail, le sociologue s'est rendu compte qu'il avait répertorié un nombre d'heures pour les séries dramatiques au Québec, à un tel point démesuré par rapport au reste du monde qu'il a senti le besoin de noter en exergue que les chiffres étaient exacts et qu'il n'y avait aucune erreur de sa part. Pour bien illustrer le phénomène, signalons que le répertoire des principaux feuilletons, séries et téléromans produits et diffusés au Québec entre 1953 et 1997 en recense 168! En outre, au phénomène du nombre de productions vient s'ajouter celui des cotes d'écoute qui font rêver les télédiffuseurs du monde entier. Voici les sommets enregistrés entre 1962 et 1995 :

- 2 765 000 : *Entre chien et loup* (1989)
- 2 709 000 : *Moi et l'autre* (1971)
- 2 717 000 : *Au nom du père et du fils* (1993)
- 2 686 000 : *Les belles histoires des pays d'en haut* (1962)
- 2 689 000 : *Terre humaine* (1981)
- 2 708 000 : *Rue des pignons* (1975)
- 3 021 000 : *Le temps d'une paix* (1986)
- 3 227 000 : *Lance et compte* (1989)
- 3 334 000 : *Blanche* (1993)
- 3 008 000 : *Scoop* (1994)

24. COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN, *Notre souveraineté culturelle. Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*, Ottawa, Chambre des communes, juin 2003, p. 75-123.

3 664 000 : *Les filles de Caleb* (1991)

4 098 000 : *La petite vie* (1995)

Évidemment, de telles cotes d'écoute sous-entendent l'attrait profond du public québécois pour ses téléromans. Elles reflètent un dialogue, une communication très intime entre, d'une part, les artistes, les auteurs et les interprètes et, d'autre part, leur public. On peut s'imaginer une belle complicité qui fait le bonheur des uns et des autres. Depuis 50 ans, le succès des téléromans au Québec ne se dément pas. Les téléromans seraient-ils le visage et le cœur du public au Québec, mis à découvert ? Refléteraient-ils, en tant qu'expressions culturelles, les aspirations d'hier et d'aujourd'hui que seule la chanson des auteurs-interprètes peut rivaliser [*sic*]²⁵ ?

Répondre à cette question fondamentale consisterait à reconnaître le caractère distinct du Québec francophone, au risque de s'engager à lui accorder un statut particulier, ce que s'est longtemps refusé à faire ouvertement le gouvernement fédéral, unité nationale oblige. Il reste à voir si la déclaration récente du premier ministre Harper sur la « nation » québécoise, aux Communes, se traduira par des actions concrètes.

Leonard Brockington, alors président de la SRC/CBC, déclarait en 1938 : « Des voix s'élèvent contre la diffusion de programmes commerciaux qui proviennent des États-Unis. [...] Que nous le voulions ou non, nous appartenons au continent nord-américain et à la civilisation américaine²⁶. » Ce point de vue d'un partage de la culture américaine apparaît irrecevable pour l'ensemble des Canadiens. Pourtant équipés d'une structure médiatique comparable, le Canada français et le Canada anglais connaissent dès résultats fort différents en matière de promotion d'un contenu canadien²⁷, tant sur le plan de sa diffusion que sur celui de sa

25. *Ibid.*, p. 104-105.

26. Leonard BROCKINGTON, *Chatting with the Listener*, Ottawa, Société Radio-Canada, 1938, p. 5-6. « *Sincere objections are voiced to the broadcasting of so-called American commercial programmes. [...] We belong, willy nilly, to the North American continent and to the American civilisation* » [je traduis].

27. Marc Greg NIELSEN, *Le Canada de Radio-Canada. Sociologie critique et dialogue culturel*, Toronto, Éditions du GREF, 1994.

L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES PUBLIQUES

réception. Le recours aux émissions américaines depuis le début de la radiodiffusion exprime une réalité culturelle bien ancrée dans la société canadienne, qui est peut-être irréversible²⁸. Dans l'espace canadien, il n'y a qu'au Québec francophone que les émissions dites « canadiennes » jouissent année après année d'une ferveur exceptionnelle auprès de l'auditoire.

Depuis longtemps, le discours nationaliste canadien réduit la situation fort complexe de la radiodiffusion canadienne à un problème de voisinage, sans tenir compte des divergences intérieures quant aux conditions politiques, économiques, sociales et culturelles. Le projet qui en est résulté visait à doter le Canada d'une personnalité distincte, et la stratégie retenue correspondait aux visées centralisatrices de l'État canadien. Dans cette perspective, une grande partie du contenu de la radio et de la télévision serait le résultat d'une pratique de « *dumping* » américain sur le marché canadien, incapable de résister à un système de production aussi puissant. Cette interprétation implique que l'auditoire consomme les produits culturels sans pouvoir influencer le processus de quelque façon que ce soit. En fait, c'est tout récemment que des chercheurs ont commencé à associer le succès des produits américains non pas uniquement à des considérations financières et à des lacunes réglementaires, mais aussi à la composition même du marché canadien. Ce phénomène nous oblige à reconsidérer le postulat officiel selon lequel le cadre juridique des médias détermine l'identité collective et donc à faire la part entre l'utopie d'une radiodiffusion vraiment canadienne et la réalité des pratiques culturelles des Canadiens.

28. Michel FIUON, « Broadcasting and Cultural Identity. The Canadian Experience since 1920 », *Media, Culture and Society* (Londres), vol. 18, n° 3, 1996, p. 452-467.