

## Le Québec et la culture américaine

Christine Beeraj et Louis Balthazar

Numéro 98, été 1995

L'influence américaine sur la culture québécoise

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/44288ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

### Éditeur(s)

Les Publications Québec français

### ISSN

0316-2052 (imprimé)

1923-5119 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

### Citer cet article

Beeraj, C. & Balthazar, L. (1995). Le Québec et la culture américaine. *Québec français*, (98), 62–68.

# LE QUÉBEC

## et la culture américaine

Depuis quelques décennies, la culture québécoise est reconnue comme étant une culture moderne, dynamique, ouverte sur le monde. L'immigration, le tourisme et les communications modernes transforment l'environnement culturel du Québec et, par le fait même, la définition de l'identité québécoise. C'est là une réalité à laquelle doivent faire face tous les citoyens du Québec, peu importe leur origine.



PAR CHRISTINE BEERAJ ET LOUIS BALTHAZAR



ALIAS WILL JAMES. PHOTO TIRÉE D'UNE PRODUCTION DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA.

***Américanité et américanisation.*** Les identités nord-américaine et états-unienne ont souvent tendance à se confondre ; en définissant une nouvelle identité québécoise, il n'est pas facile de discerner entre les deux.

Cette réalité nous force à nous demander non seulement ce qu'est l'identité culturelle québécoise, mais encore ce qu'elle sera demain. Comme les autres nations du monde, nous tentons dans la mesure du possible de maintenir une certaine continuité entre le passé et l'avenir. Nous essayons aussi d'établir un **équilibre** entre l'intégration de nouvelles influences culturelles et le maintien d'une identité distincte et propre aux Québécois (la langue n'étant qu'un aspect de cette identité). C'est dans cette perspective que nous voulons analyser les effets de la culture américaine sur celle des Québécois.

### UNE INFLUENCE PARMIS D'AUTRES ?

On pourrait considérer l'influence américaine sur l'évolution de l'identité québécoise comme une parmi tant d'autres. Mais lorsqu'on y regarde de plus près, on se rend compte que, contrairement aux autres cultures, celle des Américains crée un déséquilibre dans l'environnement culturel québécois. La culture québécoise est formée de plusieurs composantes culturelles (française, britannique, « américaine », étatsunienne, internationale) qui définissent l'évolution de l'identité des Québécois en tant que collectivité. La combinaison particulière de tous ces héritages est, en fait, ce qui différencie un

Québécois (de naissance ou immigrant) d'un Canadien, d'un Américain, d'un Français, d'un Haïtien, d'un Vietnamien, etc., mais qui, en même temps, lui permet de s'identifier à chacune de ces cultures.

Si la culture américaine est si menaçante ce n'est pas parce qu'elle impose des valeurs « étrangères » à la nation québécoise (puisque toute culture nationale dynamique intègre constamment de nouvelles valeurs et visions à sa définition), mais parce que sa présence démesurée sur le marché culturel tend à reléguer les produits locaux et étrangers au point où nous ne pouvons plus nous offrir un choix. Car les produits locaux et internationaux (autres qu'américains) donnent une autre dimension à la culture québécoise en présentant des valeurs et des visions différentes de celles de la société américaine.

### LA VRAIE MENACE : LE NIVELLEMENT CULTUREL

Ainsi l'américanisation serait plutôt l'imposition (intentionnelle ou accidentelle) d'une influence culturelle aux dépens non seulement de la culture « hôte », mais aussi des autres influences possibles. On finit par penser et vivre à l'américaine non pas par choix, mais parce qu'aucune autre possibilité ne nous est présentée. On est désormais « américanisé » sans le vouloir et, pis encore, sans le savoir ! Tout cela parce que la culture américaine a su surmonter les barrières linguistiques, historiques, religieuses, etc. Subrepticement, sans coercition physique. Le résultat ? Rien de moins qu'un nivellement culturel, une situation où toutes les cultures finissent par se ressembler non pas par ce qu'elles partagent mais par la consommation des mêmes produits (américains ou imitations).

### UNE CULTURE UNIVERSELLE ?

Comment la culture américaine réussit-elle à s'installer dans nos vies ? Voilà une question qu'on oublie souvent de se poser lorsqu'on parle de l'invasion culturelle américaine. Certes, on connaît les **moyens** de pénétration de la culture américaine sur les sols étrangers : le cinéma, la musique, la télévision, la chanson, les vêtements, la nourriture, la technologie, etc... Mais comment « les Américains »

réussissent-ils avec autant de facilité à exporter et à faire consommer leurs produits ?

Si nous acceptons ces produits, c'est sans doute parce que ces derniers nous rejoignent et reflètent une partie de nos attentes. En 1974, André-Hubert Mesnard écrit dans son livre *La politique culturelle de l'État* qu'un public cherche « à se retrouver dans des œuvres culturelles satisfaisant ses besoins de rêve et d'évasion, de plénitude esthétique, de cohérence intellectuelle ». Qu'une personne ne se retrouve pas dans l'œuvre qui lui est présentée et ne parvienne pas à l'apprécier, il est peu probable que ce produit aura un effet quelconque sur elle ; et encore moins probable que cette personne recherche dans l'avenir des produits du même genre.

### LA PERMÉABILITÉ DU QUÉBEC FACE À L'INFLUENCE AMÉRICAINE

Rappelons encore qu'au delà de certains traits universels, il existe certaines similitudes entre la culture québécoise et la culture américaine. Nous sommes déjà des Américains. Toute analyse du phénomène de l'*américanisation* doit en tenir compte. Certains traits propres aux Québécois les rendent particulièrement vulnérables face à l'influence culturelle américaine.

**L'américanité.** Contrairement aux autres peuples du monde, les Québécois (comme les Canadiens) partagent une certaine *expérience continentale* avec leurs voisins du sud. Cette expérience commune a généré des traits communs : c'est ce que l'on entend souvent par le terme *américanité*. En effet, les identités nord-américaine et étatsunienne ont souvent tendance à se confondre ; en définissant une nouvelle identité québécoise, il n'est pas facile de discerner entre les deux. Pour les Européens, la question se pose différemment : les valeurs véhiculées par les produits culturels américains reflètent-elles la réalité de la vie occidentale ou une pure importation d'outre-Atlantique ?

**Les « touristes ».** La proximité géographique avec les États-Unis expose le Québécois à une influence américaine plus directe et plus disproportionnée. Ceci est important en ce qui a trait à la diffusion et à la réception d'émissions américaines de radio ou de télévision. Ce l'est aussi en raison du



## L'ASEPTISATION

À voir aller les grands chefs dans les fast food b. c. b. g., il y a d'horribles bactéries prêtes à dévorer en un rien de temps et bien avant vous tout ce qui pourrait se retrouver dans votre assiette. On imagine leurs gueules : des monstres, sans aucun doute, à voir toutes les précautions de dos de cuillère pour la préparation et le service... Bon appétit !

## LES PICKELS

Vous ne pouvez pas les manquer si vous n'apportez pas votre lunch en terre d'Amérique. Ils sont partout (don d'ubiquité) mais principalement dans votre assiette, accompagnés de chips, (légendaires croustilles). Ça se mange. Alors que le persil non. C'est comme ça.

tourisme. Sans les nombreux voyageurs qui ramenaient leurs expériences et leurs trouvailles des pays qu'ils avaient visités, les arts et la pensée n'auraient pas progressé autant. Cet impact est désormais moins exclusif. Les « voyageurs » n'en continuent pas moins d'exercer une influence sur la culture de leur nation. Combien de Québécois ont traversé la frontière pour rapporter chez eux un morceau de la vie et de la pensée américaines.

**Les télécommunications.** En un sens, le développement de technologies de communication plus complexes et plus puissantes nous transforme tous en voyageurs et accroît ainsi la perméabilité du Québec aux influences américaines. La langue française est peut-être une barrière efficace dans ce cas-ci, mais n'oublions tout de même pas que 40 pour cent des Québécois, presque 60 pour cent à Montréal, la capitale de l'industrie culturelle québécoise, comprennent l'anglais.

**Deux peuples : une économie.** Le fait que l'économie québécoise soit bien intégrée à celle des États-Unis contribue aussi à rendre le Québec plus perméable. Cette intégration fait en sorte que les magnats de l'industrie culturelle américaine ont un intérêt particulier à exploiter le marché québécois. D'ailleurs la population québécoise manifeste plus ou moins les mêmes caractéristiques sociologiques que la société américaine : cette similarité apparaît comme une conséquence inévitable de « l'expérience continentale » que partagent les deux peuples. Voilà qui assure aux produits culturels américains un milieu très réceptif.

De plus, en raison de la commercialisation massive et vigoureuse des produits culturels américains, on est facilement dépassé par l'amplitude du problème et le contrôle s'avère presque impossible. En effet, les industries culturelles locales jouissent d'un fond de ressources humaines et financières beaucoup plus réduit ; elles sont donc difficilement concurrentielles. Ceci permet aux Américains d'exporter leurs produits sachant bien qu'ils trouveront un marché dont les biais joueront en leur faveur.

**La barrière linguistique.** Finalement, il existe une certaine tendance à définir la « menace » culturelle américaine sur une seule base linguistique. Le fait de consommer les produits culturels américains « en français » donne souvent une fausse

impression de sécurité. Contrairement aux Canadiens de langue anglaise qui se sont attardés aux autres dimensions de l'influence culturelle américaine, plusieurs Québécois francophones continuent de se croire à l'abri de toute « acculturation ». Pourtant, si la culture américaine a réussi à obtenir le statut dont elle jouit aujourd'hui sur le plan mondial, c'est justement parce qu'elle a réussi à surmonter les barrières comme celle de la langue.

### L'IMPÉRIALISME ACCIDENTEL

La prédominance de la culture américaine, ou si l'on veut, l'*impérialisme culturel*, résulte beaucoup du fait que l'ancienne colonie britannique a su s'imposer comme un leader mondial sur les plans politique et économique. Si chaque siècle a son Empire, le XX<sup>e</sup> appartient indéniablement aux Américains. L'après-guerre a promu les États-Unis au rang de superpuissance. Avec les nouvelles responsabilités que ce statut imposait vint aussi le privilège (quelques Américains diraient peut-être « la mission ») de dicter, délibérément ou involontairement, au monde sa vision de la réalité, ses priorités politiques, sociales et économiques, sa définition des problèmes et bien sûr ses solutions.

Bien que certains s'acharnent à déceler un projet sinistre de conquête culturelle du monde de la part des Américains, tout laisse croire, comme le disait Robert Fulford dans la revue, *Saturday Night* qu'il s'agit d'un « impérialisme accidentel », ou, si l'on veut, d'une conséquence involontaire de la prédominance des produits américains sur les marchés culturels mondiaux. S'il y a un projet de conquête, celui-ci est plutôt d'ordre économique. En effet, rappelons que la « culture américaine », telle que produite par les grandes industries culturelles des États-Unis, est perçue par ces dernières avant tout comme un produit économique d'exportation.

### QUELQUES CONSÉQUENCES DE LA PRÉDOMINANCE AMÉRICAINE

Intentionnellement ou pas, les industries américaines exportent avec leurs produits une vision du monde, un mode de vie, des valeurs sociales, un mode de production, etc. qui sont, jusqu'à un certain point, propres à la société américaine. L'influence exercée sur la culture « hôte » est accentuée



## LES FILMS WESTERN

C'était avant Elvis, avant même les boîtes à chansons. Si ces films, d'abord tournés en noir et blanc, ont diverti quelques générations de nord-américains et, partant, de petits Québécois et Québécoises, ils leur ont inculqué une vision manichéenne du monde : d'un côté les bons cow-boys, de l'autre, les méchants Indiens, Cheyennes ou Sioux, soumis, à la pointe du fusil, à la justice des Blancs. Vision du monde que nous traduisions dans nos jeux d'enfants en imitant les exploits de Buffalo Bill, de Butch Cassidy et, plus tard, de Kit Carson. Sévèrement. En vrais justiciers. Au risque de faire pleurer les gamines de notre entourage, victimes d'enlèvements et de séquestrations, opérations qui nous valaient punitions et réprimandes de nos mères pour avoir soulevé de la poussière (ou, pire encore, ... les robes des fillettes) et abîmé nos vêtements achetés par l'entremise des catalogues Eaton ou Simpson.

par la prédominance des produits américains sur les marchés culturels du monde.

**Une vision du monde.** La dichotomie Ouest-Est de la Guerre froide était un exemple classique de la « vision du monde » américaine. De nos jours, la vision américaine continue d'influencer notre définition des priorités politiques aux niveaux international et national. Le problème du terrorisme international, la compétition économique ainsi que les interventions militaires en Irak, en Somalie et en Haïti appellent des valeurs et des priorités qui, selon la nation à laquelle nous appartenons, prennent une certaine dimension ou une certaine importance. Notre perspective internationale est-elle essentiellement américaine ? Dans les conflits internationaux, par exemple, il est souvent facile de déterminer qui est « le bon » et qui est « le méchant » du point de vue américain ; mais du nôtre ? On peut comprendre que l'affaire O.J. Simpson tienne la manchette des journaux et des bulletins de nouvelles américains ; mais lorsque les événements de la politique québécoise doivent céder leur place au « procès du siècle » dans les journaux québécois, il faut se demander si la perspective est bien la nôtre ?

Comme tous les peuples, les Américains déterminent leurs priorités socio-politiques (la campagne anti-drogue, la campagne anti-SIDA ; la guerre nucléaire, la famine, le terrorisme ; la violence urbaine, la violence familiale ; l'assurance-maladie, l'avortement) à partir de ce qu'ils voient et entendent dans leurs journaux, leurs magazines, leurs émissions de télévision, leurs productions cinématographiques, leurs chansons... Par le biais des médias, cependant, la culture américaine est exportée à travers le monde, exerçant une influence sur la façon dont nous voyons notre monde et définissons nos priorités.

**L'imitation.** La dépendance des Québécois par rapport aux Américains pour la formulation des priorités et des perspectives est accrue par le fait que leurs propres médias reproduisent souvent le contenu des médias américains. L'imitation et le manque d'originalité sont en effet deux autres conséquences de l'impérialisme culturel américain. En produisant et en diffusant massivement leurs produits culturels, les États-Unis ont tendance à dicter l'évolution de l'industrie culturelle québécoise et,

ce faisant, celle de la culture québécoise. Étant donné que, sur le marché culturel québécois, la « qualité » (ou plutôt l'attrait) de la production culturelle québécoise doit se mesurer à la « qualité » des produits américains, on ne prend pas de risque : on imite ! Certes, il y a de l'originalité dans l'industrie culturelle québécoise, mais on doit tout de même se demander si l'invasion massive de la culture américaine au Québec ne bride pas cette originalité en instaurant une logique du marché dans le monde culturel qui encourage l'imitation.

L'imitation n'est donc pas ennemie de la création. Combien d'auteurs, classiques et contemporains, ont emprunté des cadres étrangers comme, par exemple, celui de la tragédie grecque, sans pour cela s'abstenir de livrer un message original ! Des producteurs québécois savent digérer l'influence américaine et nous livrer un amalgame unique. Ainsi évolue une culture dynamique, à la fois enrichie des apports extérieurs et de sa propre reconstruction du monde.

**Les valeurs sociales.** L'imitation peut être vue comme une façon de contrer le monopole américain, mais l'homogénéisation des produits revêt une dimension culturelle en plus d'une dimension économique. L'imposition d'une « logique de production » sous-tend effectivement la prédominance de certaines valeurs sociales. Par exemple, on éprouve une grande angoisse quant à l'influence néfaste que peuvent exercer les produits culturels américains chez les jeunes. Cet argument est peut-être le plus ancien et le plus dérisoire (souvenons-nous de ceux qui voyaient l'urbanisation du Québec comme le début de l'infiltration de valeurs américaines et, donc, de la décadence morale) ; il décrit cependant une des rares situations où les Américains, eux-mêmes, sont appelés à résoudre un problème soulevé par leurs propres industries culturelles. En effet, les jeunes Américains et tous les jeunes qui consomment les produits de l'industrie culturelle américaine sont exposés dès un très bas âge à des normes et valeurs (dont la violence ferait partie) qui ne sont pas toujours compatibles avec celles qui leur sont inculquées au sein de la famille et à l'école. Plus que jamais, les produits exportés par les industries culturelles américaines reflètent les plus dures réalités de la vie américaine. Par exemple, le rap américain,



## LES CIGARETTES AMÉRICAINES

Qui ne connaît pas les Marlboro et leur cowboy macho, les Camel et leur chameau sympathique et les Winston et ses adeptes cool mais néanmoins distingués ? Pour les Européens, la cigarette américaine est le symbole de la libération ; pour les Québécois, elle est le symbole du libéralisme économique, la marque d'un pays qui n'ose pas taxer ses produits de luxe, dangereux pour la santé de surcroît. À en croire le cowboy Marlboro, la cigarette est l'affirmation d'une virilité pleinement assumée, celle qui ouvre sur un nouveau pays.



qu'a critiqué le magazine *Newsweek* pour la violence qu'il véhicule très souvent, a franchi les frontières politiques et on trouve aujourd'hui son équivalent français en France et au Québec.

**La télévision, le cinéma, les jeux vidéos, les chansons.** Quelques analystes ont souligné la difficulté de déterminer l'impact réel des médias sur le comportement des jeunes, mais il n'en demeure pas moins que l'industrie du cinéma américain, de sa propre initiative, a opté pour l'utilisation d'un système de classement qui limiterait l'accès des jeunes à des films jugés mauvais pour eux. L'industrie de la télévision commence à s'auto-réglementer ; l'idée de soumettre l'industrie musicale à un système de *labelling* gagne du terrain ; et les jeux vidéos viennent tout juste de s'ajouter à la controverse. Doit-on attendre que les Américains réglementent leurs produits culturels pour commencer à se questionner sur les conséquences de ces produits sur le public (en particulier celui des jeunes) québécois ? La violence, bien sûr, est loin d'être une invention américaine, mais les magnats de l'industrie culturelle américaine seront peut-être les premiers à avouer qu'il y a un marché pour des produits violents et qu'ils seraient fous de ne pas en profiter. Les industries locales, prisonnières d'un marché culturel à base de concurrence, ne peuvent pas échapper à cette logique.

**La langue anglaise.** Une autre conséquence de la prédominance de la culture américaine dans le monde, une conséquence peut-être plus importante dans le contexte québécois, concerne la langue. En effet, une fois qu'on adopte le système de production culturelle américain, pourquoi ne pas produire en anglais ? Plusieurs artistes québécois ont flirté avec l'idée, d'autres l'ont fait et en ont récolté les bénéfices, dont un marché et un public plus vastes.

## QUELQUES OBSTACLES À L'INFLUENCE AMÉRICAINE

**Contenant américain, contenu québécois.** La prédominance de la culture américaine est une réalité, et ses conséquences (« bonnes » et « néfastes ») sont présentes dans la société québécoise moderne. Mais un certain nombre de facteurs contribuent à ralentir et même à circonscrire l'américanisation des Québécois. Pendant que les anti-américains cherchent

d'autres façons d'identifier les faiblesses des produits culturels américains, d'autres en reconnaissent les forces et les appliquent à leur profit. Ainsi, au Québec, de nos jours, pour presque chaque produit américain sur le marché culturel, il est possible de trouver un homologue québécois : des réseaux spécialisés de télévision et de radio québécois/canadiens-français (MusiquePlus, Super Écran, le Réseau des Sports, le Canal Famille et, plus récemment, le Réseau de l'information) ; des revues (modes, actualité, etc.) québécoises ; des journaux *tabloïds* québécois ; des maisons d'édition québécoises ; de la musique québécoise ; de la vidéo-musique québécoise ; des organismes culturels québécois ; des galas et des festivals québécois ; etc.

Ainsi, paradoxalement, l'imitation, tout en étant une conséquence « néfaste » de l'impérialisme culturel américain, agit aussi comme limite à l'impact de la culture américaine au Québec : on remplace les produits américains par des produits québécois dont « l'emballage » est américain mais le contenu, local. Les producteurs québécois reconnaissent par là une nette préférence pour les contenus qui reflètent la réalité que vivent les Québécois.

**La francophonie et le Canada anglais.** Une autre limite à la menace culturelle américaine tient à sa dimension mondiale : le Québec ne se trouve pas seul à faire face au voisin du sud. La francophonie, par exemple, contribue à « franciser » des domaines sous domination américaine, tel que celui de la technologie, en créant un marché pour des produits adaptés à la langue française. Ajoutons diverses politiques protectionnistes avancées par le gouvernement canadien et celui de la France à l'intérieur de l'ALENA et de l'Organisation mondiale du commerce.

**Acculturation versus socialisation.** Toute analyse des véritables effets de la culture américaine sur les peuples qu'elle rejoint doit aussi prendre en considération ce qui suit : tout processus d'influence culturelle peut être contré par un processus de socialisation. Ainsi l'impact de la prédominance de la culture américaine sur le Québécois sera limité tant et aussi longtemps que l'environnement dans lequel ce dernier évolue demeure foncièrement « québécois ».



## JACK KEROUAC

Un autre héros adulé de notre adolescence, cette fois, l'un des grands écrivains américains du XX<sup>e</sup> siècle que nous savions, nous, qui fréquentions la petite bibliothèque municipale, de descendance canadienne-française comme on disait alors. Quelle fierté nous ressentions ! Pensez donc : un simple Canuck qui revendiquait l'honneur d'être l'initiateur du phénomène dit du « Beat Generation », que la grand-mère de mon meilleur ami traduisait, sans même sourire, la « génération béate ». Quel courage ! Quelle détermination il avait fait preuve ! Si la plupart de ses compatriotes franco-américains avaient tenté de laisser leur marque dans les filatures du nord en y laissant leur santé, lui, faute de faire fortune, avait atteint la renommée en se promenant sur la route, « on the road », tel un « clochard céleste » ou un « ange vagabond ». Que faisons-nous au cours classique ?



**Le nationalisme.** De plus, paradoxalement, l'invasion massive de produits culturels américains a pour effet d'accroître la conscience nationale des Québécois. Lorsque la pénétration devient plus considérable et plus évidente, le nombre de prophètes de malheur tend à s'accroître. On se met alors à réexaminer et à repenser l'état de la culture (car celle-ci est effectivement dynamique) et de la langue au Québec, et on prend les mesures nécessaires pour combattre les influences jugées néfastes. Mais il n'est pas sûr que les mesures mises en œuvre soient toujours les mieux avisées et les plus efficaces.

#### UNE QUESTION DE CHOIX

L'ouverture du Québec sur le monde à travers l'immigration et les communications a apporté et apporte toujours de nouvelles façons de vivre et de penser, de nouvelles valeurs, de nouvelles visions à

sa population. C'est à travers son adaptation à ces influences que la culture québécoise affronte et façonne son avenir.

Face à la culture américaine, cependant, la culture québécoise ne peut pas toujours s'adapter aussi vite qu'elle le devrait. L'invasion est massive et tend vers l'assimilation. Le ton anti-américain que prennent quelquefois certains nationalistes face à la prédominance de la culture américaine ne reflète pas tellement un rejet de cette culture que le rejet d'une situation où on ne peut plus choisir de ne pas accepter cette culture. Il est vrai que la culture américaine est partout autour de nous : il est très difficile de vivre de façon « moderne » sans y être exposé. Ce qui pousse plusieurs à se demander, comme Denis Lacorne, dans *L'Amérique dans les têtes* (1986), s'il est possible, de nos jours, de « penser une « autre » modernité qui ne serait pas seulement américaine ». Il est fort probable que notre modernité soit vouée à emprunter un visage américain. Ce visage n'en demeure pas moins le nôtre, avec ses traits bien québécois.



## LE COCA-COLA

*Enjoy Coca-Cola.* Voilà les premiers mots que l'on pouvait lire en anglais sur les poignées transversales des commerces au détail avant que la loi 101 vienne mettre fin à cette anglicisation forcée. « Avec Coke, y'a d'la joie », c'est comme ça que l'on a traduit ce slogan. Le Coke, lui, n'a pas changé de goût depuis presque cent ans. On a bien essayé, mais peine perdue, le goût du public a été plus fort. Coke et Pepsi sont deux frères ennemis, mais le premier est sans doute celui que l'on associe le plus à l'Amérique, car c'est plus qu'une boisson gazeuse, mais toute une industrie avec ses nombreux produits dérivés où s'affiche triomphalement le logo qui devrait d'ailleurs se retrouver sur le drapeau américain. Je ne serais pas étonné d'apprendre que Neil Armstrong, le premier homme qui a mis le pied sur la lune, ait laissé, outre son empreinte, une bouteille vide de Coke...



## LA FLORIDE

Un autre rêve québécois. Propre celui-là à tous les âges de la vie. Les jeunes que nous étions étaiant hantés par les paysages paradisiaques de ce coin de pays où poussaient des palmiers et des oranges. Les adolescents y rêvaient pour assouvir leur curiosité et tester leur sexualité en admirant de beaux corps de femmes dans ses maillots provocants. Quant aux adultes, ils accordaient à ce presque pays tropical – la température s'est refroidie depuis, à ce qu'il semble – une valeur de promotion sociale. Car les riches Québécois et Québécoises qui s'y rendaient, fuyant les rigueurs climatiques de l'hiver québécois, occupaient une fonction enviable dans la hiérarchie sociale. Tu étais quelqu'un dans le village si tu pouvais te permettre d'aller te promener en Floride, à nos yeux, une excroissance, un appendice du Québec, dans le lointain Sud des « États ». Les choses ont bien changé : la Floride a perdu son attrait. Surtout que beaucoup de Québécois et Québécoises ont été tournés en ridicule en raison de leurs manières d'habitants, de leur embonpoint (lisons « bedaines de bière ») et de leur tenue vestimentaire d'un goût, disons, douteux. Le ridicule tue... maintenant en Floride !



## BASEBALL

Mickey Mantle, Roger Marris, Yogi Berra, Tony Kubek, Clete Boyer (que nous prononçons à la française), et combien d'autres joueurs des puissants Yankees ou des redoutables Dodgers de Brooklyn ont meublé nos rêves d'enfants ! Tant de surhommes qui, d'un seul élan majestueux, faisaient vibrer l'Amérique entière, du Nord au Sud, de l'Est à l'Ouest. La fièvre du baseball, surtout à l'occasion des Séries mondiales. Toute l'Amérique retenait son souffle, gardant, semble-t-il, ses énergies pour son équipe préférée. Ma petite enfance a été marquée par le baseball. J'ai collectionné les cartes des joueurs des deux Ligues, sacrifiant même le gomme à mâcher, des images religieuses, voire des « petits Chinois » ou des « petits Nègres d'Afrique » achetés avec des sous de la Sainte-Enfance, pour enrichir ma collection et contempler, le soir, avant de dormir,

les héros de la Ligue américaine, ma préférée. Quand j'ai occupé le poste de receveur, j'ai imité mon idole Elston Howard, qui s'accroupissait derrière le marbre, son visage noir masqué, la palette de la casquette rabattue vers l'arrière comme pour influencer les décisions de l'officiel ventru. La fièvre a diminué, le rêve s'est estompé, le gazon est moins beau, car les losanges sont devenus synthétiques. Les casquettes, elles, sont toujours aussi recherchées, aussi populaires, et servent partout (même dans les salles de cours) et à toutes les sauces. Le jeu aurait-il pris une telle expansion ! Play ball.

