

Québec français



La culture musicale Entendez-vous les paroles?

Roger Chamberland

Numéro 98, été 1995

L'influence américaine sur la culture québécoise

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/44291ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (imprimé)

1923-5119 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Chamberland, R. (1995). La culture musicale : entendez-vous les paroles?
Québec français, (98), 85–88.

LA CULTURE MUSICALE



ENTENDEZ-VOUS LES PAROLES ?

PAR ROGER CHAMBERLAND

Île d'Orléans, janvier 1995 ; un jeune garçon de 12 ans se pend chez lui, au retour de l'école. À ses côtés, on trouve une cassette contenant la musique du groupe *grunge* Nirvana, et un message dans lequel il déclare poser ce geste afin d'aller rejoindre son héros : Kurt Cobain, le chanteur du groupe Nirvana qui s'est lui-même suicidé le 5 avril 1994. Quelques mois plus tôt, un incident identique avait fait la manchette des journaux ; 3 jeunes garçons, 2 originaires de la Côte Nord et étudiant au collège de Sept-Iles et un autre, se sont rendus jusqu'en Colombie-Britannique où ils ont mis fin à leur jour. Dans le journal de bord qu'ils ont tenu et que l'on a retrouvé près d'eux, on peut lire des passages où ils font part de l'importance de la musique dans leur vie. Pas n'importe laquelle, seulement de la musique de groupes de *Heavy metal*, de *grunge* ou de punk. Il n'en fallait pas plus pour que l'on conclue que cette musique, essentiellement anglo-saxonne, était psychologiquement dangereuse et néfaste. Peut-on toutefois croire que la musique seule est en jeu, qu'elle porte au suicide alors que très souvent on laisse entendre que les paroles sont incompréhensibles parce que la trame sonore étouffe tout le reste ? D'autre part, ne doit-on pas considérer qu'à l'inverse cette musique est plutôt un exutoire et sert de catharsis pour le peuple adolescent à qui on répète continuellement que le futur est bouché et que l'avenir n'est plus porteur d'un projet de société meilleure ? Quoiqu'il en soit du rôle réel que joue la musique dans la vie quotidienne des jeunes, force nous est de constater qu'elle est d'abord et avant tout d'origine américaine bien souvent.

MUSIQUE FRANCOPHONE CONTRE MUSIQUE ANGLOPHONE

Dès qu'on ouvre la radio, on est frappé par la présence de la musique anglo-saxonne qui domine dans plusieurs stations tant anglophones que francophones, même s'il existe des quotas que l'on respecte en reléguant la chanson francophone aux heures d'écoute faible. Théoriquement, la chanson francophone occupe 65% de la programmation musicale, mais elle ne recueille qu'entre 25 et 30% de tout le marché du disque, selon les données recueillies par le Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'information sociale, alors qu'on aurait pu penser que cette musique, largement diffusée, puisse se vendre sans problème. On peut postuler l'hypothèse que l'on entend la musique francophone mais qu'on écoute la musique américaine.

Le rock, qui est le plus recherché, ne se fait pas en français, mais bien en anglais. Pourquoi ? Tout simplement parce que les maisons de disques québécoises doivent au moins s'assurer que leurs œuvres seront diffusées à la radio, le média par excellence des adolescents et des jeunes adultes. Cette garantie de diffusion repose sur les paramètres suivants facilement identifiables :

- a) la ballade comme le *soft rock* est le rythme à privilégier – il faut éviter à tout prix des sons tonitruants et agressifs ;
- b) les thèmes classiques sont préférables à tout questionnement social ou politique ;
- c) le choix des mots et des images doit être compréhensible par un auditeur moyen.

Ajoutons à cela que l'interprète doit se montrer bon enfant, être de commerce agréable et représenter un modèle pour la jeunesse. Ces exigences font partie du modèle que s'est donné l'industrie de la musique populaire au Québec alors que, dans les faits, le public accorde sa faveur à *Greenday* ou *Offspring*, des groupes de musique punk-rock, si l'on se fie au palmarès de Radio-activité, côté anglophone, qui paraît chaque semaine dans les journaux. Les producteurs québécois sont-ils si frileux pour ne s'en remettre qu'aux petites maisons de production qui, elles, n'ont rien à perdre et sont prêtes à parier sur un interprète ou un groupe qui échappe au courant dominant ?

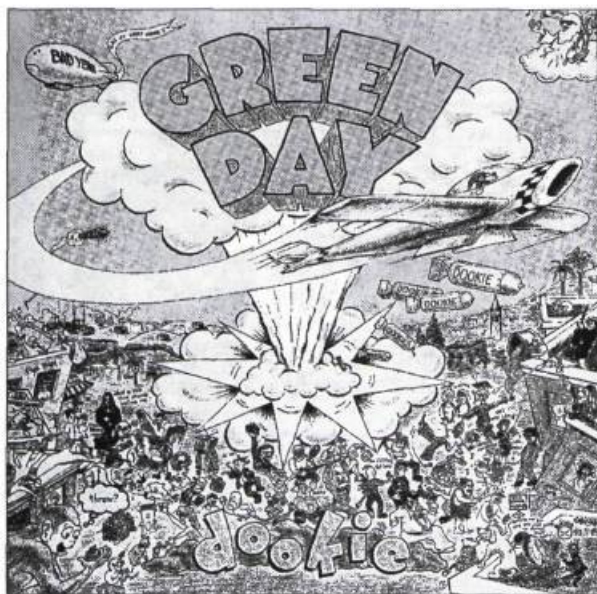
En somme, tout se passe comme si le public québécois se montrait conservateur dans ses goûts pour la musique francophone et avant-gardiste lorsqu'il passe à l'anglais ! Entre les « Grands succès de Gérard Lenormand » et « *Dookie* » de *Greenday*, il

existe un tel écart qu'il y a tout lieu de croire que la musique francophone serait l'apanage d'une certaine clientèle adulte et la musique anglophone, celui des jeunes. Cette polarisation est d'autant plus évidente de nos jours que le souci de rentabilité est le seul critère qui gouverne le marché québécois, un marché tiraillé comme jamais dans la mondialisation de l'économie. Cet état de fait est le point d'aboutissement d'une situation qui a sa source au début de la radiophonie et de l'industrie du disque. Voyons un peu comment s'est développée cette dialectique.

LE CHARME DES CROONERS

La musique américaine a toujours fait partie des ondes québécoises. Dès le début de la radio, dans les années vingt, il était possible de capter des stations américaines venant d'aussi loin que New York, Buffalo, Chicago ou Détroit à cause du peu d'achalandage des ondes. Ces stations ne diffusaient-elles pas, que de la musique américaine. Même la création de CKAC en 1922, propriété du journal *La Presse*, ne modifia pas le paysage sonore québécois. Bien sûr, on y faisait jouer de la musique québécoise en français - ainsi qu'un peu de musique classique composée par des auteurs québécois ou canadiens - mais l'essentiel du répertoire était d'origine américaine. Ce qu'il faut savoir par rapport à cette situation, c'est que la disponibilité des disques québécois était plutôt réduite ; les compagnies de disques québécoises ou canadiennes étaient pratiquement inexistantes ou privilégiaient la musique anglophone dans la mesure où la majorité des stations radiophoniques appartenaient à des intérêts anglo-saxons. La seule station francophone ne pouvait à elle seule assurer la rentabilité de la gravure sur disques 78 tours, technologie nouvellement disponible, apparue à peu près en même temps que la radio. Mais si la musique anglophone était très présente, il n'en demeure pas moins que CKAC diffusait des artistes comme Tino Rossi, Maurice Chevalier, Charles Trenet, Jean Sablon et Jean Lumière dans les années 1930. Côté québécois, La Bolduc est l'une des premières vedettes à être endisquée et à connaître la popularité. La musique américaine est bien présente et sature les ondes radiophoniques au grand dam d'un clergé affolé par la voix mielleuse et les textes charmeurs des *crooners* américains tels Frank Sinatra, Bing Crosby et combien d'autres.

Avec le temps, la situation ne s'améliore guère ; la gravure sur disque est toujours aussi coûteuse et, par le fait même, l'accès de la musique francophone à la radio est difficile. Reste la production directe qui, un certain temps, assure la diffusion de la musique francophone. Malgré tout, l'opposition entre la musique francophone et la musique anglophone, entendons américaine, est toujours très présente. Même si la radio connaît un certain essor dans les années cinquante et soixante, elle est bientôt supplantée par le tourne-disque portatif, symbole d'une génération de baby-boomers, le 33 tours et,



charles TRENET anthologie

plus tard, le 45 tours. Dès lors, la musique populaire connaît un véritable essor, même si, là encore, l'industrie québécoise tarde à se manifester.

Puis vint le yé-yé qui lutte directement sur le territoire de la musique américaine empruntant le rythme et la mélodie mais se réservant, en français, les paroles en traduction. Au bout de quelques années, Charlebois réussit à trouver un son, une voix, un texte qu'il était possible d'entendre en français sans que l'on ait l'impression qu'il s'agisse d'une copie de l'américain.

Ce que l'on reconnaît comme l'âge d'or de la chanson québécoise et francophone entre 1973 et 1978, c'est 25 % de toutes les ventes enregistrées au Québec ; l'autre partie, le 75 %, c'est la musique anglo-saxonne, principalement américaine. Rien à faire : le son rock appartient aux États-Unis ; au Québec, une fois épuisés le phénomène des boîtes à chanson, quelques groupes ou interprètes de talent, on retourne à la case départ. Les coûts de production d'un album rendent les quelques producteurs prudents et peu novateurs, d'autant plus que les grands *major* de la production ont avalé par les petites : Polygram (qui a acheté A&M en 1990), BMG (Canada et sa filiale, BMG Musique Québec), MCA (propriété de Matsushita depuis 1990), Sony Musique (qui a acheté CBS en 1989), Capitol/EMI (qui a racheté Virgin) et Warner (qui a fusionné avec Time en 1989).

Nouvelle crise au milieu des années quatre-vingt lorsque le CRTC cède aux pressions des radiodiffuseurs qui veulent faire abaisser les quotas de musique francophone prétextant qu'il n'y a pas assez de matériel disponible sur le marché pour assurer une rotation viable. En 1986, on passe ainsi de 65 à 55 % de musique francophone jusqu'à ce que le CRTC impose à nouveau le quota original en 1990 alors que s'annonce une timide reprise de l'industrie du disque québécois et francophone en général.

Avec la création de Musique Plus, une nouvelle donne s'ajoute. Si le terrain de la radio est une zone où la musique francophone a encore la possibilité

de s'épanouir, il en est tout autrement de la télévision où un vidéoclip de trois minutes à peine coûte, en moyenne, 20 000 \$ au Québec, tandis que le coût atteint 100 000 \$ aux États-Unis. Cela implique que, bien souvent, la qualité est supérieure, les effets spéciaux sont plus nombreux, les décors, plus impressionnants et on peut allonger la liste ainsi jusqu'à obtenir « Thriller » de Michael Jackson : coût de production, 1 million. Dès 1988, Musique Plus se voit imposer un quota modeste de 3 % de musique francophone, soit l'équivalent de 6 à 8 clips francophones par tranche de huit heures, répétées trois fois, quota qui sera relevé à 30 % en 1990, dont 35 % doit être de contenu canadien.

La musique américaine et, plus globalement, anglo-saxonne, bénéficie d'une meilleure structure de production et de diffusion que la musique québécoise et francophone. Disons simplement que la musique de France, de Belgique, de Suisse et d'Afrique francophone nous parvient au compte-goutte et que ce ne sont pas nécessairement les meilleurs produits qui traversent l'océan. Mais cela n'explique pas tout et ne doit pas servir à justifier la domination imposante du marché du disque par la musique américaine.

L'importance de cette dernière et son influence sur la culture québécoise dépassent le cadre strict de la question linguistique, mais poussent ses ramifications jusqu'à proliférer dans le secteur de la mode et du comportement social. Si le rock a « légitimé » le port du tee shirt blanc, du jean et de la veste de cuir, symboles de révolte de la jeunesse américaine dans les années 1950, le punk, celui des vêtements déchirés et débraillés, les agencements de couleur discordantes, les coiffures déstructurées et ainsi de suite, et le rap, celui des vêtements trop amples, des chaussures de sport, des casquettes d'équipes sportives, c'est que la musique n'est pas uniquement porteuse d'un message idéologique mais devient un noyau à incidence sociologique suggérant attitude, comportement, vocabulaire, mode, etc.

À une certaine époque, celle des boîtes à chanson, la musique a servi de catalyseur au senti-



POULET FRIT KENTUCKY

Odeurs des cartes racornies, odeurs de hot-dogs aussi que l'on dévorait avant, pendant et après une partie de baseball, odeur de saucisses Hygrave ou « La Belle Fermière », ma préférée. Ces odeurs en évoquent d'autres, dont celle du poulet frit à la Kentucky, « bon à s'en lécher les doigts », connu aujourd'hui sous le sigle PFK, sans doute pour profiter de la popularité d'un autre sigle, JFK, presque identique. Voilà un mets typiquement américain, avait un jour décrété ma mère, qui se refusait à en acheter pour au moins deux bonnes raisons. D'abord parce que ce poulet était enrobé de panure selon une recette bien gardée. Et si le Petit Colonel à la barbichette blanche – a-t-il déjà été jeune ? – refusait de faire connaître sa recette c'est qu'elle était suspecte et que la variété d'épices utilisées servaient à camoufler le goût des hormones qu'on administrait à ces pauvres petites bêtes. Ah les vilains Américains ! Ensuite, elle n'en achetait pas parce qu'il n'y avait pas de « Villa du poulet » dans notre village, traversé par la rue Saint-Cyrille de Dédé Fortin des Colocs, trop petit et trop pauvre pour garantir des profits à un éventuel « franchisé » (mais ce nom n'était pas encore dans le vocabulaire).

ment de conscience nationale et a porté les idéaux d'une jeunesse nouvellement émancipée du carcan social et religieux. Mais, à partir du moment où ce mouvement a été absorbé par un parti politique et doublé par le discours idéaliste de la musique rock, il a été impossible de retrouver le même engouement pour la musique francophone. Les modèles que se donne le peuple adolescent sont uniquement américains parce que la musique québécoise est contrainte de répondre aux impératifs économiques d'une industrie qui laisse peu de place à l'innovation, compte tenu du petit marché sur lequel elle doit compter pour faire ses frais. D'autre part, elle est prisonnière du modèle classique de la chanson française imposant ses thèmes universels, sa forme canonique d'écriture et son interprétation où la voix est première, bien placée à l'avant-plan.

Le problème pour bien des interprètes est de concilier ces deux pôles, à savoir garder une écriture, un thème, une pratique musicale relevant de la légitimité artistique du genre et développer une approche musicale qui colle à la ferveur populaire d'une jeunesse nourrie presque essentiellement à la musique américaine. À ce titre, il est bon de souligner que le marché du disque a un chiffre d'affaires sensiblement pareil à celui du livre, même si le Québec se situe en queue de liste quant aux dépenses de phonogrammes per capita.

La musique américaine agit moins comme agent d'assimilation culturelle que de vecteur convergent dans la prise de conscience de l'identité sociale du peuple adolescent. C'est dans cette musique que l'on aborde les problèmes de l'heure, c'est dans cette musique que l'on retrouve les rythmes qui font vibrer et, surtout, c'est sur cette musique que la jeunesse du monde entier prend forme et force. Aujourd'hui on parle de mondialisation de l'économie, mais il faut bien comprendre que l'économie est toujours devancée par le culturel : la musique rock américaine est le premier produit qui s'exporte dans les pays nouvellement ouverts au capitalisme, suivi par le Coke, les cigarettes et les McDonalds. La force d'attraction de cette musique réside dans sa force de renouvellement qu'assure un très grand marché, à la différence du Québec où la petitesse du marché oblige à une plus grande accessibilité, à un son plus commercial. Un groupe comme Nirvana, alternatif à ses débuts et publiant sur une étiquette indépendante, Sub Pop, a signé avec une multinationale et a connu presque immédiatement un succès international. Initiateur du mouvement « Grunge », le groupe a su canaliser l'esprit du peuple adolescent avec la chanson « *Smells like teen spirit* » dont le vidéoclip, largement diffusé, montrait bien le côté à la fois rassembleur et revendicateur du texte. L'identité sociale n'est pas nécessairement synonyme

d'identité culturelle car le rock d'origine américaine ou anglo-saxonne ne nous rend pas plus américain ou anglais que Wagner, allemand ou Puccini, italien. La musique américaine est là par défaut parce que la musique québécoise est prisonnière des contingences socio-économiques. On peut penser qu'une plus grande audace des maisons de disque parviendrait à rétrécir l'écart entre ce que le peuple adolescent veut entendre et ce que la radio leur suggère.



LES ROULOTTES

On est un sédentaire qui ressent de violents appels de nomadisme ? Que cela ne tienne : il faut prendre l'Amérique par les cornes et assumer l'inévitable exil, tout en faisant un arrêt de temps à autre, bien sûr, dans un de ces innombrables centres d'achats si accueillants pour les roulottes et les automobiles. Peut-être pourrez-vous, avec un peu de chance, y passer la nuit lors d'une tempête de neige ou de sable...

