** **

**Radiodiffusion et souveraineté culturelle**

**au Canada français**

**Michel FILION, Ph.D.**

**Note sur l’auteur :**

**Michel Filion** est professeur d’histoire à l’Université du Québec en Outaouais (UQO) et membre de la Chaire Senghor sur la francophonie de l’UQO. Le texte qui suit porte sur l’un de ses sujets de prédilection : l’histoire du Canada français et la question de l’identité nationale au moyen des médias de masse. À ce sujet, le professeur Filion a publié des ouvrages (Éditions du Méridien, Éditions Vents d’Ouest) et des articles dans des revues telles *Medias, Culture and Society*, *Globe : Revue internationale d’études québécoises* et la *Revue d’histoire de l’Amérique française*. Pour le bénéfice des lecteurs des cahiers de la Chaire Senghor, il en propose ici un bilan ouvrant sur une avenue de recherche qui guidera ses prochains travaux.

Publication de la Chaire Senghor de la Francophonie,

Sous la direction de Jean-François Simard, titulaire de la Chaire Senghor de la Francophonie

Série : Cahier Senghor, numéro 10

ISBN (Papier) : 978-2-89251-568-8

ISBN (PDF) : 978-2-89251-569-5

Hiver 2015

**Table des matières**

[Résumé iii](#_Toc444059164)

[Avant-propos : La médiatisation de la Francophonie iv](#_Toc444059165)

[L’émergence de la radiodiffusion 3](#_Toc444059166)

[L’ère de l’étatisation 5](#_Toc444059167)

[La publicité à la radio publique 6](#_Toc444059168)

[L’expansion du secteur privé 8](#_Toc444059169)

[L’arrivée de la télévision 9](#_Toc444059170)

[L’ère de la réglementation 10](#_Toc444059171)

[Conclusion 11](#_Toc444059172)

[Références 13](#_Toc444059173)

# Résumé

Sans l'action du gouvernement fédéral, les médias de masse étrangers - pour ne pas dire américains – auraient-ils inévitablement submergé le Canada pour le placer et le maintenir dans leur zone d’influence? C’est ce que prétend généralement le discours dominant. Or, l’histoire nous indique qu’il faut considérer les médias comme un système sensible à l’action de l’ensemble des acteurs parmi lesquels on trouve certes les organismes publics et les entreprises de diffusion, mais aussi les usagers. Au Canada, ceux-ci se partagent en deux principaux groupes linguistiques qui connaissent des sorts divers quant à la souveraineté culturelle et à l'identification « nationale » par le biais de la radio et de la télévision.

# Avant-propos : La médiatisation de la Francophonie

Le présent article du professeur Michel Filion arrive à point nommé. En effet, chez nous comme ailleurs de par la Francophonie, la question des fonctions politiques et sociales assumées par les grands diffuseurs publics constitue un enjeu qui reprend les devants de l'actualité.

À première vue, l'arrivée au pouvoir d'un gouvernement libéral dirigé par Justin Trudeau semble annoncer la fin d'un cycle d'austérité budgétaire imposé à la Société Radio-Canada au cours de la dernière décennie. Une austérité dont on aurait pu croire qu'elle mette à mal la capacité du radiodiffuseur d'assumer convenablement ses missions fondamentales. Dans un contexte de commercialisation croissante, le professeur Filion soulève des questions de fond, en outre sur le rôle d'un État bilingue, comme le Canada, dans la préservation et le développement de chacune des entités culturelles/linguistiques qui le compose, surtout à l'égard de sa minorité francophone, dont l'essentiel du contingent se retrouve au Québec.

En laissant jouer les seules forces du marché, le Canada dans son ensemble aurait pu devenir qu’une simple extension du marché américain. Encore de nos jours, cette crainte est-elle totalement disparue? Par ailleurs, dans l’absolu, l’intervention du gouvernement fédéral aurait pu, telle une arme de propagande, mener à promouvoir une seule et même identité canadienne pour tous. Or, affirme le professeur Filion, la radio et la télévision ont plutôt contribué à raffermir l'identité québécoise.

Les travaux du professeur Filion viennent enrichir la compréhension que nous nous faisons des rapports complexes et intenses qui s'établissent entre l'État canadien, les différentes cultures nationales qui l'habitent, la langue française et l'identité québécoise, cela à travers le regard singulier qu'il porte sur l'histoire de Radio-Canada. Il nous faut remercier Michel Filion de s'y être consacré avec autant d'énergie. Il attire notre attention sur une dimension constitutive de la Francophonie elle-même: les modalités de sa médiatisation.

Jean-François Simard

Titulaire de la Chaire Senghor de l’Université du Québec en Outaouais

Le traitement imposé à la Société Radio-Canada au cours de la dernière décennie soulève une importante question: petit marché, le Canada peut-il prétendre à la souveraineté culturelle alors que s’atrophient les subsides à l’institution fondamentale qu’est son appareil de radiodiffusion publique? La *Loi canadienne sur la radiodiffusion* exige des diffuseurs qu'ils présentent des émissions de qualité en utilisant autant que possible les ressources canadiennes afin d’engendrer le sentiment d’appartenance au pays. C’est le principe même du projet de « canadianisation » des ondes qui présente toutefois son lot de défis en raison de la concurrence des produits étrangers dans certains créneaux, parmi lesquels celui des œuvres de création (dramatiques et séries) n’est pas le moindre.

À première vue, cette situation conduirait donc nécessairement à l’assimilation à une culture étrangère et rendrait vaine la poursuite de l’unité canadienne. Car celle-ci ne saurait reposer que sur une identité originale et commune *d’un océan à l’autre* dans ce pays créé en 1867, de l’assemblage de colonies britanniques transformées en provinces semi-autonomes, au sein d’une fédération dès lors appelée le *Dominion du Canada*. Parmi ces provinces, le Québec constitue toutefois une exception : s’y trouve en effet le gros des descendants de la Nouvelle-France qui prit abruptement fin avec la conquête britannique en 1760. Signalons qu’il existe aussi une population minoritaire francophone hors Québec : celle-ci est apparue principalement de l’exode massif de Québécois à partir du 19e siècle (dans l’Ontario limitrophe surtout) ainsi que d’une autre souche de peuplement originale, l’Acadie dans les provinces maritimes. Puisque le Canada regroupe ainsi au moins deux cultures distinctes, affaiblissant d’autant le poids de chacune d’elles face aux puissants voisins américains, on peut donc légitimement s’interroger : une culture spécifique peut-elle se développer dans chacune des communautés linguistiques malgré l’influence étrangère, l’industrialisation culturelle et la prédominance des critères de rentabilité? Autrement formulée, la question consiste à se demander si les populations francophones et anglophones sont actives ou simplement réactives dans la définition de l’offre radio-télévisuelle et de sa consommation. La réponse à une telle question, si on arrive à la formuler, pourrait indiquer la force de la souveraineté culturelle et de l’identité collective.

Dans une vaste étude consacrée au problème toujours préoccupant de la souveraineté culturelle au Canada, le Comité permanent du patrimoine canadien (une création du Parlement d’Ottawa) arrivait il y a quelques années à des constatations dans la foulée d’une histoire trop souvent escamotée. Celles touchant les pratiques télévisuelles sont particulièrement éloquentes : aux heures de grande écoute, les Canadiens regardent beaucoup d’émissions de télévision américaines (la majorité à vrai dire). Exception à cette règle toutefois : les spectateurs francophones du Québec (du Canada français pourrait-on dire) préfèrent très clairement les émissions produites chez eux, tous genres confondus, mais surtout en ce qui a trait à cette forme de littérature télévisuelle qu’on appelle ici le téléroman.

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 (Canada 2003 : 104).

On signale d’ailleurs que nombre de ces émissions ont connu des cotes d’écoute «qui font rêver les télédiffuseurs du monde entier» (Canada 2003 : 104). Un exemple parmi des dizaines d’autres : 2,7 millions de spectateurs pour *Les belles histoires des pays d'en haut* en 1962 alors que le Québec comptait environ 6,1 millions d’habitants. D’autres émissions feront mieux encore, comme *La petite vie* que suivront quelques 4 millions de téléspectateurs au milieu des années 1990. Le Comité permanent du patrimoine canadien s’interroge sur la signification d’un tel engouement en faisant le pont avec d’autres formes d’expressions culturelles vigoureuses au Canada français: « 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*]? » (Canada 2003 : 105). Nous répondons que ce caractère particulier n’est pas le fruit d’une génération spontanée. Ses origines sont contemporaines à l’émergence des médias de masse, car ses racines sont certainement plus lointaines encore.

Depuis toujours, la radiodiffusion canadienne fut constamment partagée entre deux conceptions: un moyen politique et culturel consacré à l'éclosion d'une identité nationale ou un instrument de profit asservi à des fins mercantiles. Nécessairement dichotomiques, selon le discours officiel, ces considérations participent d’ailleurs à une dynamique commune: la commercialisation des ondes - généralement associée à l'*américanisation* - justifierait l’intervention de l'État fédéral qui déterminerait ainsi les pratiques culturelles de l’ensemble des Canadiens. Or, au lieu de mener à une identité canadienne monolithique, la radio et la télévision pourraient plutôt avoir contribué à raffermir l’identité québécoise (ou canadienne-française). À travers l'histoire, les interventions gouvernementales, au moyen de subventions, réglementation et création d’institutions publiques, ont certainement eu un impact sur les lois du marché. Mais celui-ci pourrait avoir été tout aussi actif dans le développement, ou l'échec, d'une programmation originale essentielle à l’affirmation et au développement identitaire.

# L’émergence de la radiodiffusion

Au cours des années 1920, la radio commerciale connaît un essor substantiel alors que l'État canadien est encore en gestation. Le gouvernement fédéral commence ainsi à mettre 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'identités nationales. Outil formidable de modernité, la radio sera ainsi mise à l’œuvre. À la fin de la décennie, la Commission royale d'enquête sur la radiodiffusion est confiée à John Aird (président de la Banque de commerce de Toronto) dans le but « d'étudier les conditions de la radiodiffusion au Canada », de « formuler des suggestions relativement à l'administration, à la direction et surveillance et aux besoins financiers de ce service », ainsi que de « rendre compte de la façon dont, au Canada, la radiodiffusion pourrait être efficacement exploitée dans l'intérêt des auditeurs canadiens et dans l'intérêt national du Canada » (Aird 1929 : 1).

Même si le rapport Aird privilégie les intérêts « nationaux » (au sens pancanadien du terme), il fait tout de même preuve d'une certaine sensibilité aux besoins régionaux, ce qui rejoint d'ailleurs la question des contenus. Se fondant sur des audiences publiques tenues dans les principales villes canadiennes, ainsi que sur la visite de plusieurs pays dont les États-Unis, mais surtout la Grande-Bretagne et l'Allemagne « où la radio est en quelque sorte un service public sous le contrôle et l'exploitation de l'État » (Aird 1929: 5), la Commission envisage trois scénarios qui permettraient d'arriver à satisfaire une exigence fondamentale pour la radio, qui est celle de rejoindre la plus grande partie de la population canadienne : l'établissement de groupes de stations privées subventionnées par l'État; l'établissement d'une « compagnie étatifiée (*sic*) et financée par le gouvernement » ou l'établissement de stations par les gouvernements provinciaux. En considérant comme principe fondamental « la nécessité d'organiser la radiodiffusion sur la base d'un service public » (Aird 1929: 7), la Commission Aird tentait de ménager les intérêts fédéraux et les intérêts provinciaux alors que le débat entre les uns et les autres n'était pas encore définitivement tranché. Telle que proposée, une *Compagnie canadienne de la radiodiffusion*, disposant de « tous les pouvoirs et de l'autorité dont jouit une entreprise privée, ses statuts et devoirs correspondant à ceux d'un service public », aurait été dirigée par douze membres parmi lesquels trois représentant le Dominion et les autres les provinces de façon à ce que « les autorités provinciales puissent exercer un contrôle absolu sur les programmes émis par la ou les stations situées dans les limites de leurs territoires » (Aird 1929: 7). En s’inspirant fortement de l’expérience de la BBC qui fût jusqu'en 1927 la *British Broadcasting Company* avant d'achever sa transformation en corporation publique, la Commission Aird n’en souhaitait pas moins promouvoir l'unité canadienne présentée comme une forme d'éducation nationale:

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 (Aird 1929: 6).

Le rapport Aird s'inscrit directement dans les préoccupations « nationalistes » que sous-tendent les idées, contradictoires en maints aspects, de l'unité et de l'identité pancanadiens. La centralisation des pouvoirs allait détourner l'attention des besoins régionaux spécifiques, dont ceux du Québec qui, opposé aux prétentions manifestes du gouvernement fédéral, promulgua ses propres lois sur la radio en 1929 et en 1931. Mais la juridiction du gouvernement fédéral fut jugée légitime par la Cour suprême en 1931, jugement que le Québec (épaulé par l'Ontario) porta sans succès en appel au Conseil privé de Londres en 1932. Le gouvernement fédéral put ainsi aller de l’avant en créant le Comité spécial de la Chambre des communes sur la radiodiffusion (Canada 1932). Celui-ci fut grandement influencé par un efficace lobby, la Ligue canadienne de la radiodiffusion, dont le penchant pour la création d’une agence centrale ne fait aucun doute tel que l’exprimait son président Graham Spry : « *Here is a great agency to be made a dominant and effective influence upon the development of Canadian nationality* » (Canada 1932: 546). C'est d'ailleurs au cours de ces audiences que Spry se livra à une vibrante plaidoirie appelant les Canadiens à choisir entre l'État ou les États-Unis (*the State or the United States*) (Canada 1932: 565). Endossant ce point de vue dans ses recommandations, le Comité parlementaire présenta la radio comme le moyen le plus efficace de développer la cause nationale: « *I believe we will live to see great things accomplished for national broadcasting and the building of national unity in Canada* » dit en effet John Aird (Canada 1932: 495).

Le rapport de la Commission Aird avait souligné les problèmes de la médiocrité générale des émissions radiophoniques et, surtout, de la rareté de celles d’origine canadienne : « Actuellement la plupart des programmes radiodiffusés proviennent de sources extracanadiennes. […] 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 canadiens » (Aird 1929 : 6). Dans la même veine, Spry brandissait la menace américaine :

« *What is said, therefore, of the American situation, is not unfriendliness to the United States, to the American people ; it is apprehension of a commercial force that impinges upon the free growth of Canadian character and opinion, and threatens to make Canada, so far as this potent agency of communication is concerned, an appendage of the United States*» (Canada 1932 : 555).

Sans l’hypothétique hégémonie de l’appareil de diffusion américain et la satellisation annoncée du Canada, il aurait été inconséquent de sonner l’alarme sinon pour dénoncer la « qualité » des émissions des stations commerciales, ce que d’aucuns ne manquent pas de faire en déplorant notamment la diffusion de formes culturelles trop populaires, le jazz américain notamment, qui mèneraient à un nivellement vers le bas (Filion 1994 : 81-82). On suppose ainsi l’impérialisme américain uniformément ressenti d’un océan à l’autre à l’image d’une économie politique largement tributaire. Au Québec, il semble que la radio ait aussi encouru un certain risque d’intégration au système américain, mais était-elle, pour autant, sur le point de succomber? Un environnement culturel particulier devrait permettre de résister à l’influence américaine, un aspect sur lequel bon nombre d’intervenants n’avaient pas avantage à insister.

Il est vrai que, dès les années 1920, les principales stations commerciales à Toronto (CFRB et CKGW) et à Montréal (CFCF et CKAC) sont affiliées aux grands réseaux américains NBC *(National Broadcasting Company* ) ou CBS (*Columbia Broadcasting System*). Or, la station CKAC - très majoritairement francophone - ne diffuse des émissions américaines que dans une petite proportion de sa programmation au contraire de ses homologues de langue anglaise (Filion 1996 : 451), et encore, ce sont principalement des concerts de musique provenant de l’Orchestre philharmonique de New York et de grands ensembles comparables (Canada 1932 : 523). D’après ce cas particulier, mais significatif, qu’est CKAC, la radio francophone correspond donc peu au cheval de Troie que certains ont voulu faire de la radio de l’époque. De sérieux indices suggèrent que la radio devint rapidement l'objet d'une lutte politique marquée 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 la culture populaire américaine. Camouflés dans le discours, ces éléments reviennent dans la suite de l'histoire alors que le gouvernement fédéral modifie la structure des médias canadiens.

# L’ère de l’étatisation

Contenu dans l'article 8 de la Loi sur la radiodiffusion de 1932, le principal pouvoir de la Commission canadienne de la radiodiffusion (*Canadian Radio Broadcasting Corporation* en anglais), ainsi créée, consiste à « réglementer et à contrôler l'émission au Canada » en « déterminant le nombre, l'emplacement et la puissance des stations requises », en « déterminant la proportion de temps qu'une station doit consacrer aux programmes nationaux et locaux respectivement et la proportion d'annonces qui doit être autorisée », ainsi qu'à recommander au ministre de la Marine l'octroi, la suspension ou l'annulation de licences d'émission privée. Ce sont très sensiblement les mêmes pouvoirs et objectifs qui seront dévolus à la Société Radio-Canada (*Canadian Broadcasting Corporation* en anglais) créée par la refonte de la loi en 1936. Par ailleurs, pour pallier la carence d'émissions, il appartient à la Société d’État (Commission canadienne de la radiodiffusion et ensuite Radio-Canada) de produire des émissions et de les diffuser grâce à la construction de ses propres stations, par entente avec des stations privées, ou encore par l'acquisition de celles-ci.

La Loi sur la radiodiffusion de 1932 inaugure ainsi une nouvelle ère caractérisée par la régie d’État: 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 et aux Canadiens français d'affirmer chacun leur identité propre. En principe, les lois de 1932 et 1936 devaient consacrer l’étatisation des ondes par l'intermédiaire d'une corporation publique. Mais, nécessité économique oblige, la publicité n’en fut pas exclue.

## La publicité à la radio publique

À l’instar de la radio privée, celle de la Société Radio-Canada fut soumise aux impératifs du marché, car partiellement financée par la réclame dès sa création en 1936. Fut-elle ainsi un agent de l’influence étrangère, bien que sa raison d’être visait justement à prémunir le Canada du système américain entièrement voué au profit commercial?

Depuis que le gouvernement fédéral a décidé d'intervenir, souvent au grand dam de ses homologues provinciaux et des radiodiffuseurs privés, la commandite fut en effet l'objet de discorde par excellence entre ceux, politiciens et autres artisans de la radiodiffusion, qui voulaient une radio canadienne distincte de sa voisine américaine, et ceux qui tentèrent (et réussirent dans une certaine mesure) d'exploiter son fort potentiel commercial. Telle qu'elle s'est développée, la radiodiffusion canadienne apparaît comme un compromis entre ces deux positions extrêmes représentées, entre autres, par l'Association canadienne des radiodiffuseurs et par la Ligue canadienne de la radiodiffusion.

Dès 1929, la Commission Aird reconnaissait la nécessité pour le gouvernement fédéral d'assurer le contrôle et le financement de la radio en la déchargeant ainsi de ses obligations publicitaires. Bien qu'à des degrés divers, les principes énoncés par cette première enquête publique furent retenus avec la création en 1932 de la Commission canadienne de la radio qui allait devenir quatre ans plus tard la Société Radio-Canada. Celle-ci imprimait à la radiodiffusion canadienne une structure juridique et politique distincte de son homologue (et concurrente) américaine. Réaction à l'impérialisme économique américain de même qu'expression d'un nationalisme canadien en germe, cette évolution législative découle également de l'influence de la Grande-Bretagne qui s'était dotée de la *British Broadcasting Corporation* au cours des années 1920. Le financement de la *Canadian Broadcasting Corporation* (Société Radio-Canada) fut ainsi à la charge du trésor public. Mais les stations privées échappèrent à l’étatisation annoncée par la loi sur la radiodiffusion tout en étant frappées de l'interdiction de se constituer en réseaux privés. Cette interdiction ne sera d’ailleurs levée que par la refonte de la loi en 1958.

De tout temps, il semble que la diffusion des émissions américaines au Canada ait été dictée par le fort rendement d'une telle opération. Ainsi, l'argument économique restera longtemps en toile de fond des grands débats sur la radiodiffusion canadienne, la Société Radio-Canada - et surtout son pendant de langue anglaise, la *Canadian Broadcasting Corporation* - n'ayant pas les moyens d'assumer seule la production d'une grille de programmation entièrement canadienne en dépit du mandat que lui confiait la loi. Dans ce contexte qui est à l’origine de l’intervention du gouvernement fédéral, la radio canadienne est devenue un service public et non pas une industrie. Mais, pour les raisons que nous avons mentionnées, il y eut malgré tout commandite à la radio tant publique que privée, tant francophone qu'anglophone. Avec quelle ampleur cette publicité s'est-elle faite et qui en furent les générateurs? Voilà une interrogation dont la réponse pourrait rendre compte de la commercialisation de la radio publique et, par ricochet, de l'influence du modèle américain. Mais, davantage qu’une culture authentiquement étatsunienne (si cela existe), la commercialisation de la radio pourrait avoir stimulé l’émergence d’une culture de masse. Au Québec, si la publicité d’origine américaine n'a pas entretenu de rapports de cause à effet avec la diffusion d'émissions étrangères, on pourra dire que son influence fut tout au plus indirecte et n'a pas nécessairement contrevenu au développement d'un imaginaire québécois.

La Commission Aird, comme celles qui suivront, déplore les liens entre la culture de masse et la consommation de masse, à plus forte raison lorsque toutes deux sont associées à l'américanisation. Faut-il rappeler que l’instauration de la radio publique au Canada visait à satisfaire les aspirations d’une élite nationaliste, particulièrement active au Canada anglais.

Bien que le lien entre la réclame publicitaire et la « popularité » des programmes ne soit pas absolu, il ressort que les commanditaires visaient généralement à rejoindre la masse des auditeurs. Pas de surprise donc, les émissions commanditées les plus écoutées au réseau français de Radio-Canada au cours des années 1940 et 1950 renvoient toutes à ce que l’on classe généralement dans la catégorie du « divertissement léger », c’est-à-dire des radio-feuilletons (radioromans) et des programmes de variété qui en appellent à de vastes auditoires et jouissent de cotes d’écoute exceptionnelles, notamment *Rue principale*, *Jeunesse Dorée* et *Maman Jeanne* pour ne citer que ces exemples. Certaines des émissions radiophoniques les plus populaires franchiront d’ailleurs allégrement le pas vers la télévision et connaîtront encore au petit écran de grands succès: la palme revient à ce sujet aux *Belles histoires des pays d'en haut*, une adaptation de *Un homme et son péché* de Claude-Henri Grignon dont nous avons déjà signalé la popularité.

Fait important à signaler, parmi les émissions les plus écoutées, il en est très peu qui soient d'origine américaine. Car, en dépit de la publicité, la radio de langue française ne put emprunter directement aux producteurs et aux diffuseurs américains. Certes, les émissions populaires - celles qui sont commanditées notamment par les grandes firmes américaines comme Lever Brothers, Procter & Gamble ou Kraft - peuvent avoir été faites *à l'américaine,* mais il n'en reste pas moins qu'elles ont été pour le grand public francophone par des auteurs de renom en matière de littérature radiophonique québécoise: Jovette Bernier (*Quelles nouvelles?*), Edouard Baudry, René Boivin et Paul Gury (*Rue principale*), Jean Desprez (*Jeunesse dorée*), Claude-Henri Grignon (*Un homme et son péché*), Robert Choquette (*Métropole*) et Jacques Rudel-Tessier (*Maman Jeanne*) pour ne citer qu’eux parmi tant d'autres. Les commandites de la radio (anglaise) de la *Canadian Broadcasting Corporation* révèlent un tout autre phénomène: comme au Canada français, les firmes américaines sont très présentes, mais elles commanditent en grande partie des émissions directement importées des grands réseaux américains: *Amos'n Andy* (NBC), *Ma Perkins* (CBS), *Lux Radio Theatre* (CBS), *Big Sister* (CBS), *Kraft Music Hall* (NBC) et bien d’autres encore. Dans ce cas, la publicité peut être étroitement et directement associée au divertissement populaire d'origine américaine (Filion 1997 : 91-92).

## L’expansion du secteur privé

Bien que la loi l’ait autorisée à acquérir les stations privées, par achat, bail ou expropriation, la société d'État, dont les moyens demeurèrent plutôt limités, était encouragée plutôt à établir des « conventions d'exploitation avec des stations privées pour l'émission de programmes nationaux », une disposition contenue fort à propos dans la loi de 1932 (article 9) et reprise dans la loi de 1936 (article 8). C’est donc dire que les stations privées durent demeurer indépendantes ou s’affilier au réseau « national », une mesure adoptée afin d’endiguer les prétentions des grands réseaux américains en sol canadien. Grâce à cette formule, les stations privées vont profiter d'une source d'approvisionnement à bon marché en émissions provenant du réseau d’État. En conséquence, malgré la menace d’étatisation, les stations privées vont survivre à la crise économique comme au bouleversement de la structure du système de radiodiffusion. Elles vont même prospérer. Cela fait-il d’elles nécessairement des agents d’américanisation?

Le cas de la station CKCH que nous avons étudié en détail nous apparaît exemplaire à cet égard. Fondée en 1932 à Hull (devenue Gatineau) par des intérêts privés, la station CKCH a puissamment contribué à l’identitaire régional et québécois, pour ne pas dire canadien-français. En ce qui a trait au fait français, son influence fut certainement considérable, car elle a permis de doter la communauté d’un espace public. L’information, l’éducation et le divertissement ont trouvé en elle une voix forte en dépit d’une certaine commercialisation qui, comme à l’échelle québécoise, a encouragé la production d’émissions locales plutôt que de mener à la retransmission d’émissions américaines ou simplement anglophones. Par son affiliation à Radio-Canada, CKCH fut aussi la courroie de transmission d’une production radiophonique produite à Montréal et distribuée dans l’ensemble de la diaspora canadienne-française (dont l’importante communauté francophone de la région d’Ottawa), faisant d’elle un indispensable outil d’arrimage culturel au reste du Québec devenu un véritable « village global » (Filion 2008).

## L’arrivée de la télévision

La radio a entretenu un rapport étroit avec l’identitaire québécois, pour ne pas dire canadien-français, en particulier pendant son âge d’or, c’est-à-dire au cours de cette époque ayant précédé l’arrivée de la télévision. Or, en principe, la poursuite de la rentabilité économique devrait avoir poussé les diffuseurs, en particulier les diffuseurs privés, à importer des émissions étrangères. C’est ce qu’avance le rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences (Commission Massey) en 1951 et celui de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision (Commission Fowler) en 1957. Selon leur discours, seul un service public peut veiller à l’éducation nationale et engendrer une identité canadienne commune. Pourtant, l'échec du bilinguisme avait conduit dès 1938 à la séparation des réseaux radiophoniques français et anglais, portant ainsi un dur coup au projet d'unité en permettant au Québec franco­phone de 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 anglais. La radio n'apparaît donc pas marquée par une forte corrélation entre le mode de propriété et l'américanisation. La télévision se placera dans cette foulée.

En septembre 1952, les stations de télévision CBFT (Montréal) et CBLT (Toronto) étaient mises en opération. Elles allaient devenir respectivement les stations-mères du réseau français et du réseau anglais dès 1954. Car, après quelques essais infructueux de bilinguisme, la dualité canadienne était encore une fois reconnue dans les faits et le réseau français de télévision confiné pour l’essentiel au Québec. Chacun des deux milieux allait ainsi développer un lien différent avec la production américaine. Les chiffres fournis à la Commission Fowler sont très éloquents à cet égard: la télévision canadienne de langue anglaise importe plus de la moitié de sa programmation contrairement à la télévision de langue française dont le contenu est presque exclusivement canadien (Filion 1994 : 155).

L’américanisation des ondes canadien­nes de langue anglaise semble bien amorcée. Du reste, ce phénomène avait été prévu dès la discussion sur l'adoption de normes techniques européennes qui auraient fermé le Canada aux importations américaines : « [...] *these possible alternatives are out of question; 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* » affirmait justement Alphonse Ouimet - futur président de la Société Radio-Canada/ *Canadian Broadcasting Corporation* - qui ajoutait : « *Television in Canada should be as typically Canadian as we can make it, but no more so than we can afford* » (Ouimet 1948 : 4). Ainsi la *Canadian Broadcasting Corporation* retiendra-t-elle le gros de son auditoire avec des émissions américaines telles que *The Perry Como Show*, *Father Knows Best*, *The All Star Theatre*, *The Ed Sullivan Show* et *Dragnet*. Au contraire, les émissions les plus regardées au réseau français proviennent toujours du Québec, en particulier les téléromans parmi lesquels *La famille Plouffe* atteint constamment des sommets d’écoute (Filion 1994 : 188-189). Ce phénomène est-il encore perceptible après 1958 alors que foisonnent les réseaux privés?

# L’ère de la réglementation

La participation accrue de l'industrie privée devenait inévitable avec la demande populaire pour la télévision. En 1958, la loi canadienne sur la radiodiffusion - promulguée par un gouvernement désormais conservateur - autorise la constitution de réseaux privés de radio et de télévision qui deviendront ouvertement des concurrentes de la société d’État. Bien qu'on parle encore de *système unique*, cette expression devient galvaudée, sinon pour signifier que le secteur public et le secteur privé sont en principe contrôlés par un seul organisme, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (BGR) qui deviendra en 1968 le Conseil de la radio et de la télévision canadienne (CRTC). 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.

Afin de contenir le secteur privé en pleine expansion, des règlements ont été imposés par les organismes de contrôle successifs, notamment en ce qui a trait aux quotas de programmes étrangers sans vraiment parvenir à contrer l'américanisation. 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 à l'endroit des 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 américaine. Ce sont sensiblement les mêmes conclusions auxquelles sont arrivés en 1969 le Comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse (Comité Davey), en 1979 le Comité consultatif des télécommunica­tions et de la souveraineté canadienne (Comité Clyne), en 1982 le Comité d'étude de la politique culturelle fédérale (Comité Apple­baum-Hébert) et d’autres encore. Aucun de ces comités ne faisait grand cas des diversités régionales ou du caractère distinct du Québec francophone. Il faut dire que la reconnaissance de cette réalité aurait alimenté le mouvement indépendantiste québécois qui battait son plein depuis le début des années 1960. La « Révolution tranquille » allait d’ailleurs culminer avec l’élection du Parti québécois de René Lévesque en 1976 qui ouvrait une période très tendue entre les gouvernements québécois et canadien. Le rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, présidé conjointement par Gerald Caplan et par Florian Sauvageau, pouvait néanmoins affirmer en 1986 que le système de radiodiffusion canadien aurait été un échec sans la présence des Canadiens français beaucoup moins soumis à l'emprise américaine que leurs compatriotes (Caplan-Sauvageau 1986: 746). On ne doit donc pas se surprendre que la radiotélévision de langue française soit devenue une tribune pour le nationalisme québécois.

Notons que depuis 1991, la loi canadienne sur la radiodiffusion remplace le concept d'unité nationale par celui de souveraineté culturelle, qui n'est guère plus précis et toujours aussi difficile à atteindre. Car l'intervention de l'organisme de réglementation fédéral est limitée par la perméabilité des frontières. On peut donc 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. Les données colligées par le Comité permanent du patrimoine canadien le confirment en montrant un écart considérable non seulement dans l’offre de produits canadiens, mais aussi dans leur écoute : « les émissions canadiennes de langue anglaise n’ont pas connu le même succès que les émissions canadiennes de langue française auprès du public […] le problème pourrait ne pas provenir d’un manque d’émissions, mais plutôt d’un manque de téléspectateurs » (Canada 2003 : 108).

# Conclusion

Pourtant équipés d'une structure médiatique comparable, le Canada français et le Canada anglais connaissent des résultats fort différents en matière de promotion d'un contenu canadien, tant au chapitre de sa diffusion qu'à celui de sa réception. Depuis longtemps, le discours nationaliste canadien réduit la situation de la radiodiffusion canadienne à un problème de voisinage. 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 en gestation. 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 production/diffusion. 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. Dans l’espace canadien, il n’y a qu’en français que les émissions dites « canadiennes » jouissent année après année d’une ferveur exceptionnelle auprès de l’auditoire, une réalité qui remonte au début de la radio.

Cette tendance historique se poursuivra-t-elle? Très petit marché à l’échelle continentale, le Québec et le Canada français peuvent-ils alimenter une radiotélévision qui leur soit propre sans l’apport massif d’un diffuseur public, sans l’injection de subsides gouvernementaux et sans une réglementation stricte qui garantisse une offre égale à la demande? L’élection récente du gouvernement Trudeau vient de mettre un terme à une décennie d’un gouvernement conservateur aux rapports ambigus avec la Société Radio-Canada/ *Canadian Broascasting Corporation.* L’avenir nous dira si celle-ci pourra retrouver son lustre d’antan.

Or, quoi qu’il en soit des gouvernements en place, intervient également un élément irréversible, une transformation considérable dans le paysage médiatique que prévoyait, redoutait presque, le Comité permanent du patrimoine canadien en 2003 : la transition vers le numérique, la fragmentation des auditoires liée notamment au foisonnement des chaînes thématiques, et la difficulté, pour ne pas dire l’impossibilité, d’imposer des quotas de contenu canadien dans cet environnement en marche perpétuelle (Canada 2003 : 55-75). On sait que les habitudes d’écoute sont en voie de connaître une profonde mutation avec le glissement vers d’autres plateformes, un mouvement qui permet de contourner les formes traditionnelles de réglementation. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) vient d’ailleurs d’éliminer l’obligation de contenu canadien à la télévision pendant la plage de diffusion diurne. Où ces mutations technologiques nous mèneront-elles? Rendront-elles obsolète la notion de souveraineté culturelle, même au Canada français?

# Références

Aird, John (1929) *Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion*. Ottawa: Imprimeur du Roi.

Applebaum, Louis et Jacques Hébert (1982) *Rapport du Comité d'étude sur la politique culturelle fédérale*. Ottawa: Ministère des Communications.

Canada (1932) *Raport du* *Comité spécial de la Chambre des communes sur la radiodiffusion*. Ottawa: Imprimeur du Roi.

Canada (2003) *Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*. Rapport du Comité permanent du patrimoine canadien. Ottawa : Chambre des communes.

Caplan, Gerald et Florian Sauvageau (1986) *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*. Ottawa: Ministère des Approvisionnements et Services.

Clyne, A.V. (1979) *Le Canada et la télécommunication.* Rapport du Comité consultatif des télécommunications et de la souveraineté canadienne. Ottawa: Ministère des Approvisionnements et Services.

Filion, Michel (1993) « *L'américanisation de la radio québécoise et l'émergence du service national de radiodiffusion au Canada* » dans *Communication*, Vol. 14, No 2: 197-221.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (1994) *Radiodiffusion et société distincte. Des origines de la radio jusqu'à la Révolution tranquille au Québec*. Montréal: Éditions du Méridien, 239 pages.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (1996) « Broadcasting and Cultural Identity: The Canadian Experience since 1920 ». *Media, Culture and Society* (Londres), Vol. 18, No 3: 452-467.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (1997) « La publicité américaine à la radio canadienne: le cas du réseau français de Radio-Canada, 1938-1958 ». *Revue d’histoire de l’Amérique française,* Vol. 51, No 1: 71-92.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (2002). « La radio: institution et organisation » dans Denise Lemieux (dir.) *Traité de la culture.* Québec: Presses de l’Université Laval/Éditions de l’IQRC, pp. 799-814.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (2003). « Canadian Radio: The Policy and Regulatory Environment ». Chapitre dans *Encyclopedia of Radio*, New York: Routledge, pp. 1173-1184.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (2004). « La radio au Québec: une institution au service d’une société distincte » dans Robert Laliberté (dir.) *Actes du colloque* *«Le Québec au miroir de l’Europe» tenu à Paris (France) du 23 au 25 octobre 2003*. Québec: Association internationale d’études québécoises, 2004, pp. 179-184.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (2006). « L’évolution des politiques publiques et des pratiques culturelles en matière de radiodiffusion canadienne. L’utopie et la réalité » dans *Globe. Revue internationale d’études québécoises*, Vol. 9, No 2, pp. 75-89.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (2008) *CKCH, la voix française de l’Outaouais*. Gatineau : Éditions Vents d’Ouest.

Fowler, Robert (1957) *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision*. Ottawa: Imprimeur de la Reine.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (1965) *Rapport du Comité sur la radiodiffusion*. Ottawa: Imprimeur de la Reine.

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

Ouimet, Alphonse (1948) *Report on Television*. Ottawa: Société Radio-Canada, pp. 2-4.

\*

\* \*