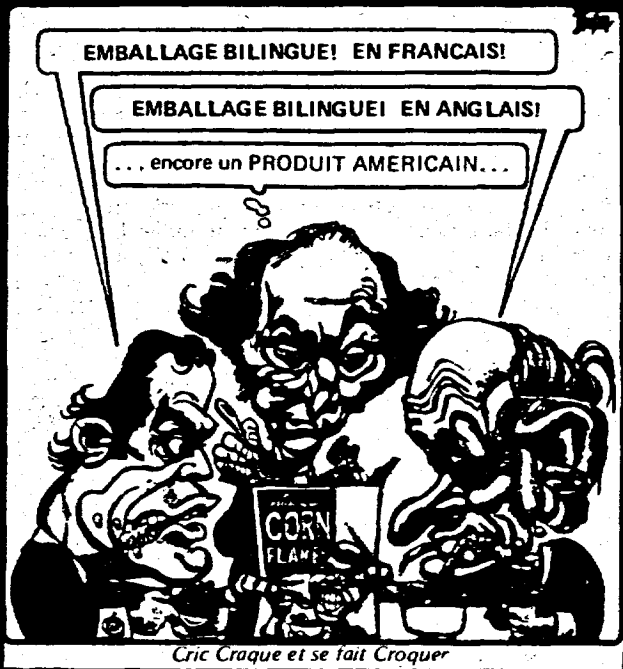


CULTURE



UNE CULTURE CANADIENNE... A L'AMERICAINE

Imaginez un peu la frontière: 8,900 km de forêts et de broussailles, de lacs et de rivières, de prairies et de plaines, de montagnes, de champs, d'autoroutes et de chemins. D'un côté, une nation puissante et dynamique de 220 millions d'habitants anglophones; de l'autre, une nation plus petite, mais tout aussi vigoureuse et prospère, de 23 millions d'habitants, dont 17 millions d'anglophones. Les moeurs et les modes américaines traversent librement cette frontière chaque jour, par la télévision, la radio, les livres, les journaux et les revues, les films et même les manuels d'enseignement. Peut-on dès lors s'étonner de ce que les Canadiens aient absorbé une aussi forte dose de culture américaine?

Il existe d'autres facteurs, bien entendu. Dans une large mesure, nos intérêts, nos modes de pensée, nos traditions sont les mêmes, et nous projetons au reste du monde une image proprement nord-américaine. Ce sont toutefois les aspects géographiques et économiques des communications, en particulier des communications de masse, qui font qu'il est si difficile d'endiguer le déferlement de la culture américaine.

D'un côté ou de l'autre de la frontière, il en coûte à peu près la même chose pour produire une oeuvre originale, qu'il s'agisse d'un roman, d'un magazine ou d'une émission de télévision. Comme le marché américain est beaucoup plus gros, il est plus facile à un producteur d'y faire ses frais et même d'ajouter à son profit en vendant sa marchandise au Canada à une fraction du coût original. Au Canada, il est extrêmement difficile de trouver l'argent nécessaire pour lancer des produits aussi variés et capables de conquérir un marché déjà restreint. A cause de ces facteurs économiques, et parce que les Canadiens s'attendent à de la qualité, le Canada importe beaucoup de productions des médias américains, avec la culture qu'elles véhiculent.

LE PRISME DEFORMANT

Les Canadiens sont différents des Américains, en partie à cause de leur tradition politique distincte et de leur société plus hétérogène, dans l'ensemble, que le "creuset culturel" américain. Néanmoins, il leur est difficile d'échapper

à l'américanisation parce que les modes de vie se ressemblent beaucoup et que la langue est la même, du moins en ce qui concerne les anglophones.

Ce n'est pas le cas de la plupart des Canadiens de langue française, en particulier ceux qui vivent au Québec. Depuis l'époque de la Nouvelle-France, la société canadienne-française, entourée d'anglophones, a cherché à protéger sa langue et sa culture. Cette différence linguistique l'a isolée dans une certaine mesure des autres cultures et lui a donné un caractère qui lui est propre.

C'est pourquoi le verbe américain écrit et parlé a exercé chez elle moins d'impact, encore qu'elle importe et double en français une bonne partie de la production télévisuelle et cinématographique populaire des Etats-Unis. Elle importe aussi de France, mais la majeure partie de la programmation de langue française est réalisée au Québec même. La créativité s'en trouve grandement stimulée dans les domaines des communications et des arts du spectacle; des perspectives s'ouvrent aux talents canadiens-français et c'est toute la vie culturelle qui en profite. Le petit écran a permis aux Canadiens français de se voir tels qu'ils sont. Il a renforcé leur sentiment de collectivité et leur a inculqué une nouvelle fierté de leur patrimoine et de leurs réalisations. Ils sont plus que jamais résolus à préserver leur langue et leur culture propre. Pour eux, c'est une question de survie en tant que peuple.

UNE QUESTION DE SURVIE

Ainsi doit-il en être du Canada tout entier. Les Canadiens doivent préserver leur identité culturelle pour rester indépendants. C'est pourquoi les institutions culturelles et les organes de diffusion massive ont été renforcés en conséquence et les talents canadiens, encouragés par des mesures financières et économiques.

Aux débuts de la radio, par exemple, quand on s'aperçut que beaucoup de stations canadiennes devenaient de simples appendices des réseaux américains, un gouvernement éclairé créa la Société Radio-Canada/CBC, dont le réseau de diffusion reliait d'est en ouest les diverses régions du pays et présentait un certain nombre d'émissions réalisées au Canada. Aujourd'hui, Radio-Canada/CBC exploite un réseau français et un réseau anglais, tous deux financés à même les fonds publics.

La télévision s'est développée à peu

près de la même façon. La télévision de Radio-Canada possède aujourd'hui ses propres postes dans certaines régions et est affiliée à des postes privés dans d'autres. Ses deux réseaux diffusent d'un océan à l'autre dans les deux langues officielles. Les coûts de production sont cependant si élevés que la société d'Etat doit compter non seulement sur ses recettes publicitaires, mais aussi sur l'appui financier du gouvernement fédéral.

Riche et variée, la programmation américaine a peu à peu conquis le public canadien. Comme ce sont les vastes auditoires qui attirent les publicitaires, la télévision de Radio-Canada doit accepter plus d'émissions américaines qu'elle ne le voudrait pour maintenir une cote d'écoute suffisante et s'assurer les recettes publicitaires dont elle a besoin pour financer les productions canadiennes. Il existe aussi des postes et des réseaux privés qui diffusent des émissions étrangères dans une proportion plus grande.

De nombreuses régions du Canada sont directement à portée d'antenne des postes de télévision américains et le développement de la télédistribution par câble incite encore plus de Canadiens à capter les canaux américains. Les Canadiens d'expression française sont moins touchés car la majorité des émissions sont réalisées sur place au Québec, tant par les postes privés que par le réseau français de Radio-Canada.

LE CRTC, GENDARME DE L'INDUSTRIE

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est l'organe de réglementation auquel sont assujetties Radio-Canada et les postes privés. Ces dernières années, il a adopté des mesures garantissant un minimum de contenu canadien dans la programmation des postes et réseaux publics et privés. Les postes de radio, par exemple, sont tenus de diffuser un minimum de musique canadienne et stimulent d'autant l'industrie de l'enregistrement. Les entreprises de télédistribution par câble sont pour leur part astreintes à une programmation communautaire.

A QUEL PRIX HOLLYWOOD?

Depuis l'avènement du cinéma, le Canada est resté le client le plus important des Etats-Unis et Hollywood, le producteur le plus important. Aujourd'hui, le Canada importe davantage de films britanniques et européens, mais les productions américaines et leur bagage de valeurs culturelles dominant toujours le grand écran dans les cinémas du Canada anglais, de même que les versions doublées dans ceux du Canada français. Faute de débouchés suffisants chez eux, beaucoup des meilleurs réalisateurs, scénaristes, acteurs et actrices du Canada ont trouvé leur place au soleil d'Hollywood.

Mais les choses ont commencé à bouger. L'Office national du film, déjà mondialement réputé pour ses films documentaires, s'est lancé récemment dans la production de longs métrages, le plus souvent tournés en français. En 1967, le gouvernement a mis sur pied la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne pour venir en aide aux producteurs privés. Quiconque investit dans un film canadien peut désormais bénéficier de généreuses concessions fiscales. A l'heure actuelle, la production cinématographique s'accroît et s'améliore dans les deux communautés linguistiques.

QUAND L'ABC VIENT DE L'ETRANGER

En 1969, on estimait que les quatre cinquièmes des magazines lus par les Canadiens étaient entièrement ou majoritairement américains. Les maisons d'édition canadiennes manquaient de ressources financières, le marché étant trop petit. Comme les recettes publi-

taires constituent la principale source de revenus d'un magazine, c'est de ce côté que les pressions se sont exercées.

En 1965, le Parlement adopta une loi interdisant de déduire aux fins du calcul de l'impôt les sommes consacrées à la publicité s'adressant au public canadien dans des publications étrangères ou relevant de l'étranger. Une dispense fut accordée aux magazines *Time* et *Reader's Digest/Selection* parce qu'ils publiaient tous deux des éditions canadiennes. Une vive controverse s'ensuivit et la dispense fut retirée en 1976. *Time* a aujourd'hui cessé son édition canadienne, mais l'édition américaine est toujours disponible dans les kiosques à journaux. Le *Reader's Digest*, pour sa part, s'est entièrement conformé aux exigences du gouvernement: la participation canadienne au capital-actions est maintenant de 75% et, à la fin de 1977, le contenu était à 80% canadien ou adapté aux réalités canadiennes.

Dans le domaine du livre, les éditeurs ont aussi leurs problèmes. Obligés de desservir deux publics, l'un anglais et l'autre français, ils font face, à cause des énormes distances, à des coûts de distribution très élevés et entrent souvent en concurrence avec les filiales canadiennes d'entreprises étrangères qui publient également des livres canadiens. Des mesures ont été adoptées pour limiter la réimportation des éditions étrangères de livres canadiens. Le public manifeste aujourd'hui plus d'intérêt pour les écrivains d'ici et la demande de manuels scolaires canadiens se fait plus forte dans les établissements d'enseignement.

CHARLIE BROWN A PRIS RACINE

Epris d'un nationalisme nouveau, les Canadiens sont conscients des pressions culturelles qui s'exercent depuis les Etats-Unis. Ils se rendent compte, et le gouvernement avec eux, que les talents et les productions d'ici ne peuvent prospérer sans appui et sans encouragement. Créé en 1967, le Conseil des Arts du Canada, qui subventionne les activités artistiques, et le Conseil des Sciences humaines et sociales, ont donné un sérieux coup de pouce au théâtre, à la musique, au ballet, à la création littéraire, à la peinture, à la sculpture et à l'industrie de l'édition.

Les Canadiens veulent bénéficier des deux systèmes. Ils réclament des émissions télévisées américaines autant que canadiennes. Ils lisent les bandes dessinées américaines et les courriéristes américains dans les journaux canadiens, et beaucoup d'entre eux ne peuvent se passer du *New York Times* le dimanche. En revanche, ils veulent la prospérité de l'édition canadienne ainsi que de leurs institutions culturelles.

Il est certain que les problèmes que pose la proximité d'une grande culture dynamique et amie ne disparaîtront pas, mais le Canada prend des mesures pour y faire contrepoids en renforçant la sienne propre. Si la situation se présentait aux Etats-Unis, le gouvernement américain agirait indubitablement de la même manière.

Il ne fait pas de doute que les Canadiens se sont enrichis au contact des meilleures réalisations culturelles de leurs voisins. Il n'est donc pas question pour le Canada de s'isoler sur le plan culturel ou d'empêcher la libre circulation des idées et des véhicules culturels à la frontière. Il lui appartient plutôt de mettre en oeuvre les incitations nécessaires, les moyens financiers et économiques, pour donner à sa culture une chance de s'épanouir, d'être vue, entendue, lue, comprise, assimilée et appréciée dans ce qu'elle a d'unique et de distinctif.

"Le Canada est dans l'orbite des Etats-Unis et, aussi loin qu'on puisse prévoir, il y restera. Les Canadiens n'y pourraient rien changer même s'ils le voulaient, ce qui n'est pas le cas de la majorité. Culturellement, les deux nations devraient jouer leur propre jeu, et il n'y a qu'une façon de jouer le jeu culturel, c'est de laisser s'épanouir un millier de fleurs..."

— Northrop Frye