

# Diffusion d'une réflexion :

La spécificité culturelle  
à l'écran

Dr George Carothers



# Diffusion d'une réflexion :

la spécificité culturelle  
à l'écran

## **Les AMIS de la radiodiffusion**

Mars 2021

*Une version antérieure de ce rapport a été présentée au CRTC en février 2020, dans le cadre de la consultation sur le renouvellement des licences de radiodiffusion de CBC/Radio-Canada.*

## **À propos de l'auteur**

Le Dr George Carothers est Directeur de la recherche et des partenariats pour les AMIS de la radiodiffusion.

## **Remerciements**

L'auteur remercie David Taras, Carole Tongue, Kealy Wilkinson, Jeffrey Dvorkin et Greg Taylor pour leurs connaissances, leurs conseils constructifs et leurs critiques pertinentes lors de la création de ce rapport et de la production de ses versions antérieures.



## **Table des matières**

<b>Sommaire</b>	<b>7</b>
<b>Introduction</b>	<b>8</b>
<b>Le phénomène du géant voisin</b>	<b>10</b>
<b>À la recherche de la « spécificité » du contenu canadien</b>	<b>16</b>
<b>Définition de la spécificité de la culture canadienne</b>	<b>20</b>
<b>Diffusion de la spécificité canadienne en reflétant véritablement le pays</b>	<b>27</b>
<b>Conclusion</b>	<b>34</b>



## Sommaire

- La proximité du Canada et des États-Unis et la forte intégration des industries culturelles et médiatiques des deux pays mettent en relief l'importance capitale d'une programmation typiquement canadienne et de politiques culturelles soutenant sa production.
- L'objectif de départ des politiques de contenu canadien, dans les années 1960, était de renforcer l'unité nationale grâce à une programmation « canadienne de par sa teneur et sa nature ». Ces politiques ne fournissaient pas de critères qualitatifs ou culturels définissant une telle programmation.
- Le régime actuel en matière de contenu canadien s'est révélé efficace pour soutenir les secteurs culturels et l'économie, mais insuffisant quant à la production d'une programmation typiquement canadienne. À ce jour, le système ne comporte toujours pas d'évaluation culturelle qualitative. La programmation typiquement canadienne devrait surpasser les critères actuellement utilisés pour certifier le contenu canadien.
- Les tests culturels utilisés par les États membres de l'Union européenne fournissent des références utiles pour développer des critères qualitatifs, qui permettront de définir la spécificité culturelle canadienne et de mettre en lumière ces éléments dans la programmation.
- Une programmation typiquement canadienne doit comporter des traits distinctifs qui représentent le Canada et ses régions, y compris ses lieux, ses habitants, les valeurs, champs d'intérêt, histoires et préoccupations des gens ainsi que d'autres éléments qualitatifs.
- Les politiques du Canada en matière de radiodiffusion et de culture doivent faire l'objet d'une refonte basée sur les tests culturels. Une telle démarche permettra d'enrichir les critères industriels actuels comme la propriété et la paternité.
- Vu la précarité des médias et du journalisme au Canada en cette ère numérique, il devient de plus en plus critique et urgent d'avoir un radiodiffuseur public capable de proposer une programmation typiquement de chez nous.

## Introduction

Depuis longtemps, la politique culturelle canadienne promeut la production d'une programmation canadienne, mais une question persiste : qu'est-ce qui rend une émission typiquement *canadienne*? La mesure législative qui fait autorité en la matière, la *Loi sur la radiodiffusion*, souligne toute l'importance d'une telle programmation, en plus de mettre l'accent sur le rôle que doit jouer la Société Radio-Canada (SRC) pour fournir ce contenu. En effet, la SRC a le mandat de fournir une programmation « principalement et typiquement canadienne<sup>1</sup> ». Toutefois, la définition exacte de « typiquement canadienne » demeure floue, malgré la présence marquée du terme dans la loi. Ce rapport vise donc à clarifier le sens de « typiquement canadien » et à établir comment cette définition peut être utilisée pour appliquer la réglementation canadienne en matière de radiodiffusion.

Une des raisons pour lesquelles il est si difficile de définir le terme « typiquement canadien », c'est que la culture canadienne représente en soi un concept vague. Après tout, la culture canadienne, qu'est-ce que c'est? La définition de toute culture nationale est complexe, et les qualités culturelles sont manifestement difficiles à mesurer<sup>2</sup>. Or, le problème est particulièrement complexe au Canada, une nation avec une histoire autochtone et coloniale très diversifiée, des générations d'immigrants et une proximité géographique avec un des plus grands exportateurs de culture au monde. Cela dit, le désir de célébrer l'identité canadienne s'exprime fréquemment dans le discours public, par le biais des grandes institutions culturelles comme la SRC et grâce aux politiques qui protègent et soutiennent la production de contenu canadien à la radio et sur l'écran.

Toutefois, les politiques culturelles protectionnistes, de même que les institutions qui les défendent, s'avèrent de moins en moins efficaces, à mesure que les plateformes numériques déstabilisent la production et la diffusion de tous les contenus médiatiques et informatifs. À ce jour, les plateformes numériques ont déjà eu un impact considérable sur les médias canadiens, lesquels se sont développés sous des politiques protectionnistes qui les gardaient à l'abri des concurrents américains. À l'ère d'Internet, ces règles sont contournées, et la politique culturelle canadienne rappelle désormais la ligne Maginot : conceptuellement impénétrable, mais inefficace dans la

---

<sup>1</sup> <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/B-9.01/page-1.html?txthl=predominantly+distinctively+predominant> [Consulté le 4 janvier 2020]

<sup>2</sup> Il existe peu de consensus parmi les universitaires et spécialistes de l'industrie quant à la façon de mesurer les qualités spécifiques des produits culturels, que ce soit la musique, les arts visuels ou d'autres produits. Ce défi existe au sein des institutions pertinentes, dont les organismes subventionnaires, les organismes décernant des prix ainsi que d'autres organisations propres aux secteurs et aux industries. À titre d'exemple, voir l'analyse de Victor Ginsburgh dans « Awards, Success and Aesthetic Quality in the Arts », *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 17, no. 2 (printemps, 2003), pp. 99-111



pratique. Les médias et la culture jouent un rôle essentiel au fonctionnement de la démocratie, en gardant les communautés informées et en créant des liens entre elles grâce au partage d'histoires. Le déclin de ces secteurs risque donc d'avoir de graves conséquences.

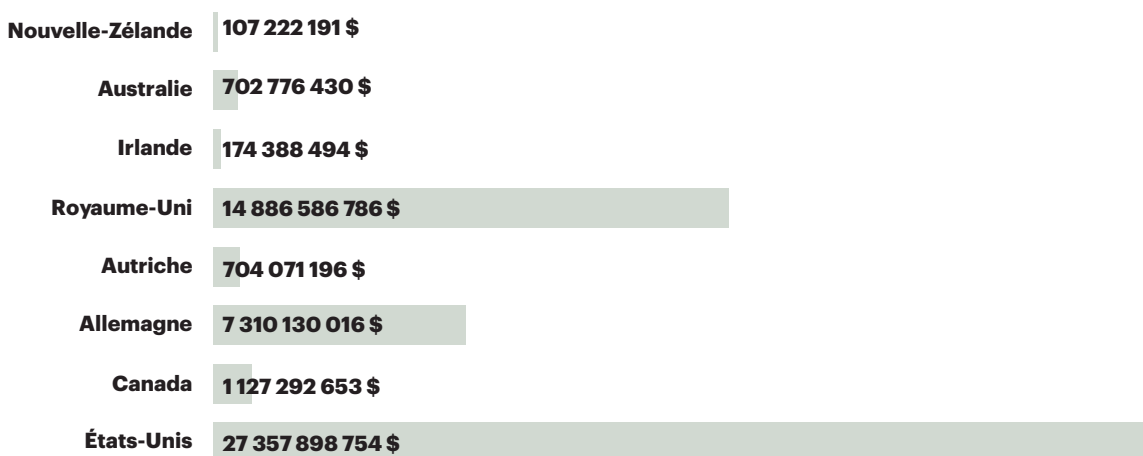
Par conséquent, les médias et la culture du Canada sont vulnérables. À l'heure actuelle, de plus en plus de médias à travers le pays ferment boutique, empêchant les histoires canadiennes, tant fictives que journalistiques, d'être racontées. Ces histoires sont de puissants moteurs : elles rapprochent les gens et, ce faisant, renforcent la conscience nationale. Sans ces histoires canadiennes, la nation canadienne, en tant qu'identité, est donc affaiblie. Si les politiques culturelles actuelles ne suffisent plus à assurer que les histoires canadiennes sont racontées et diffusées, le Canada doit développer de nouveaux mécanismes pour assurer la vitalité de celles-ci et, par extension, de la nation. Une définition culturelle de ce qu'est une programmation « typiquement canadienne » pourrait aider à atteindre cet objectif.

## Le phénomène du géant voisin

De par sa position, le Canada est confronté à de nombreux défis en ce qui concerne le maintien du caractère distinct de sa culture, surtout dans le domaine de la radiodiffusion. Il doit composer avec les effets du « géant voisin », une situation où « le gros pays voisin transfère un volume de communications plus important chez le petit pays que l'inverse<sup>3</sup> ». Ce phénomène est particulièrement présent dans des situations où les industries culturelles des deux pays sont fortement intégrées et où la concurrence pour l'attention du public s'étend au-delà des juridictions nationales.

Prenons le graphique suivant, qui offre une comparaison visuelle des exportations culturelles dans huit pays où une relation de « géant voisin » existe. Dans ces contextes, deux pays partagent une proximité géographique, des similarités linguistiques et des relations économiques qui sont intégrées, mais la relation est déséquilibrée. Par exemple, l'Australie et la Nouvelle-Zélande sont des pays voisins, qui partagent aussi la même langue officielle, mais les exportations culturelles de l'Australie sont beaucoup plus importantes que celles de la Nouvelle-Zélande. Par conséquent, il est difficile pour les exportateurs de la Nouvelle-Zélande d'affronter la concurrence, même dans leur propre marché.

### Exportations de biens culturels (\$ US)



Source : Institut de statistique de l'UNESCO<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Steininger, C. et Woelke, J. (eds.) (2007) Fernsehen in Österreich 2007. Constance: UVK, tel que cité dans Jackson, J.D. dans Lowe, G.F. & Nissen, C.S. (2011). « Small Among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries ». (Gothenburg: Nordicom) p. 96 [https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/small\\_among\\_giants.pdf?file=1&type=node&id=10308&force=0](https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/small_among_giants.pdf?file=1&type=node&id=10308&force=0) [Consulté le 8 janvier 2020]

<sup>4</sup> Chiffres de 2017. Les données du graphique proviennent de l'Institut de statistique de l'UNESCO, données du Commerce international des biens et services culturels (UN COMTRADE Database). <http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=3629#> [Consulté le 17 janvier 2020]

Parmi tous les pays présentés, les États-Unis dépassent largement tous les groupes de comparaison. En effet, le volume des exportations culturelles des États-Unis correspond à près du double des biens culturels exportés par le Royaume-Uni. Si l'on retire l'Allemagne et l'Autriche du tableau, les États-Unis exportent plus de biens culturels que tous les pays mis ensemble, qui sont tous des pays où l'anglais prédomine.

Au niveau de ce qu'on pourrait appeler le « voisinage culturel », les exportations de l'Allemagne sont dix fois plus élevées que celles de l'Autriche, tandis que l'Australie exporte presque sept fois plus de produits culturels que son petit voisin, la Nouvelle-Zélande. Bien que ces comparaisons illustrent le défi d'être le plus petit pays dans ce genre de relation, le cas du Canada est particulièrement criant. Avec une population neuf fois plus élevée que celle du Canada, les États-Unis exportent presque 25 fois plus de biens culturels que le Canada<sup>5</sup>.

#### Exportations de biens culturels (\$ US)



Source : Institut de statistique de l'UNESCO<sup>6</sup>

Sans surprise, cette relation a eu des répercussions majeures sur l'écosystème de la radiodiffusion au Canada. En raison de leur proximité du géant voisin et de leur intégration avec ses industries, les radiodiffuseurs commerciaux du Canada profitent forcément de cette dynamique. Ils le font en achetant les droits de rediffusion de contenus dans lesquels ils n'ont investi aucun capital-risque. Par exemple, dans une semaine typique, en 2020, les dix émissions les plus regardées dans le Canada anglais étaient toutes des rediffusions des réseaux américains. L'émission canadienne affichant la meilleure cote d'écoute arrivait en onzième position; il s'agissait d'un bulletin de nouvelles<sup>7</sup>.

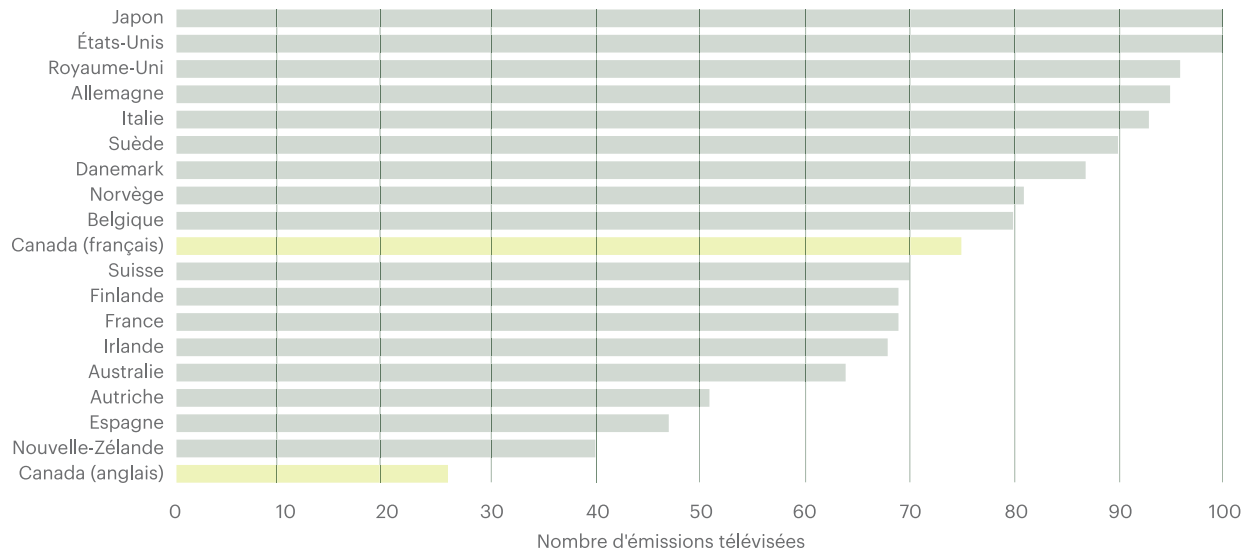
<sup>5</sup> La population du Canada était d'environ 37 millions d'habitants en 2019, tandis que celle des États-Unis se chiffrait à environ 330 millions d'habitants.

<sup>6</sup> Chiffres de 2017. Les données du graphique proviennent de l'Institut de statistique de l'UNESCO, données du Commerce international des biens et services culturels (UN COMTRADE Database). <http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=3629#> [Consulté le 17 janvier 2020]

<sup>7</sup> Selon Numeris, les 10 émissions les plus populaires durant la semaine du 10 février 2020 étaient *The Good Doctor*, *Survivor*, *Grey's Anatomy*, *NCIS*, *9-1-1: Lonestar*, *Station 19*, *New Amsterdam*, *FBI*, *Hawaii Five-0*, et *The Masked Singer*. Le bulletin de nouvelles du soir de CTV News arrivait en onzième place. [https://assets.numeris.ca/Downloads/February%2010,%202020%20-%20February%2016,%202020%20\(National\).pdf](https://assets.numeris.ca/Downloads/February%2010,%202020%20-%20February%2016,%202020%20(National).pdf) [Consulté le 9 mars 2020]

## Les Canadiens anglophones sont friands de divertissements étrangers, une tendance unique au monde

Nombre d'émissions locales télévisées figurant dans les 100 émissions les plus regardées, par pays



Les recherches du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) viennent corroborer cette observation. Dans son rapport de 2018, *Emboîter le pas au changement*, le CRTC a découvert que les téléspectateurs du Canada anglais regardaient beaucoup moins de productions télévisuelles nationales, comparativement aux autres pays. En effet, le Canada anglais se retrouvait au dernier rang de la liste de pays présentés.

Source : CRTC<sup>8</sup>

Lorsqu'une dynamique de marché comme celle-ci est présente, le public s'habitue au contenu culturel de la nation dominante, si bien que même les décisions en matière de productions nationales sont largement influencées par les normes culturelles de l'autre pays, allant même jusqu'à les imiter. Comme l'ont avancé Jackson, Lowe et Nissen dans leur étude des géants voisins :

« Les marchés de radiodiffusion dans les pays relativement petits et dépendants développent leurs propriétés systémiques non seulement en fonction des conditions locales, mais aussi en fonction des liens sociaux, culturels et économiques que ces pays entretiennent avec leurs voisins plus puissants et influents<sup>9</sup> »

<sup>8</sup> Graphique tiré du rapport 2018 du CRTC, *Emboîter le pas au changement* : <https://crtc.gc.ca/fra/publications/s15/mar2.htm#f17> [Consulté le 9 mars 2021]

<sup>9</sup> Jackson, J.D. dans Lowe, G.F. & Nissen, C.S. (2011). « Small Among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries » (Gothenburg: Nordicom) p. 105 [https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/small\\_among\\_giants.pdf?file=1&type=node&id=10308&force=0](https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/small_among_giants.pdf?file=1&type=node&id=10308&force=0) [Consulté le 8 janvier 2020]

En effet, cette réalité a toujours été présente dans l'histoire de la radiodiffusion au Canada. Vu les avantages économiques énormes de la rediffusion d'émissions américaines, l'on peut affirmer sans trop se tromper que, sans réglementation, les radiodiffuseurs privés du Canada seraient encore à ce jour affiliés aux réseaux américains, comme ce fut le cas dans les premières années de la diffusion radiophonique, et comme ce fut le cas aussi lors de l'avènement de la diffusion télévisée<sup>10</sup>. Comme le rapportait la Commission Fowler, dans les années 1950, « l'entreprise privée n'a pas accompli autant qu'elle aurait pu dans le domaine de la réalisation d'émissions d'origine canadienne et quant à l'emploi des artistes canadiens, non en raison du manque de liberté, mais en raison du manque d'initiative<sup>11</sup> ».

Compte tenu du rapport économique inégal entre le Canada et les États-Unis, les dirigeants canadiens, tant conservateurs que libéraux, ont créé des politiques culturelles protectionnistes et fondé des institutions culturelles cruciales, comme la Société RadioCanada.

En 1929, la Commission royale de la radiodiffusion, qui a mené à la création de la SRC, recommandait que « la radiodiffusion soit mise sur le pied d'un service public ». De plus, au lieu de permettre le développement de filiales des réseaux américains, la Commission recommandait que les postes « soient la propriété d'une société nationale et exploités par celle-ci<sup>12</sup> » :

« Le rapport émis en 1929 par la Commission royale de la radiodiffusion recommandait de mettre fin à la radiodiffusion privée au Canada, au profit d'un nombre restreint de stations avec beaucoup de pouvoir, qui seraient possédées et exploitées par une société étatique. Cette revendication était justifiée comme l'unique manière de financer adéquatement la radiodiffusion canadienne (les droits de licence de radiodiffusion pourraient être utilisés pour payer les émissions, les lignes du réseau et la transmission) et d'empêcher la radio américaine de se développer davantage au Canada<sup>13</sup>. »

---

**10** À mesure que la soif de contenu grandissait chez les auditeurs canadiens, les radiodiffuseurs privés canadiens, comme CFRB à Toronto, ont accepté de rejoindre le réseau américain CBS. D'autres, comme CFCF à Montréal, ont rejoint le réseau NBC. La programmation diffusée sur ces réseaux affiliés américains était de nature américaine, et les auditeurs canadiens n'avaient accès à aucun pendant canadien. Voir la p. 63 de l'article de Nash (1995) *The Microphone Wars: A History of Triumph and Betrayal at the CBC*. (Toronto: McClelland & Stewart)

**11** Bureau du Conseil privé (1957) *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision*, ix.

**12** Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision, p. 12, cité dans Gasher, M. 1998. *Invoking Public Support for Public Broadcasting: The Aird Commission Revisited*. <https://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1032/938> [Consulté le 3 mars 2020]

**13** Vipond, N. (1994) *The Beginnings of Public Broadcasting in Canada: The CRBC, 1932-1936* <https://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/806/712> [Consulté le 30 janvier 2020]

En réponse à ces recommandations et à d'autres propos similaires, le premier ministre Bennett s'est levé dans la Chambre des communes pour prendre la parole en faveur de la Commission canadienne de la radiodiffusion. Il a souligné l'importance d'un radiodiffuseur public dominant au Canada, mentionnant qu'il s'agissait d'un :

« grand organe de communication au service des affaires nationales et voué à la diffusion de la pensée et des idées nationales... un organe propre à faire ressortir [et] entretenir le sentiment national et à renforcer l'unité nationale<sup>14</sup>. »

Une programmation typiquement canadienne n'existerait pas – et ne pourrait probablement pas exister – sans la présence d'un radiodiffuseur national de service public. En étant le petit voisin des États-Unis, le Canada a besoin de la radiodiffusion publique pour affronter les pressions du marché américain. À cet égard, la Société Radio-Canada joue un rôle vital, en fournissant une programmation unique et typiquement canadienne, parce que la société *peut le faire* : elle ne dépend pas des pratiques commerciales d'un marché plus large, influencé par les exportations culturelles américaines, et n'a pas besoin de réagir à ces pratiques.

Depuis les premiers jours de la politique canadienne de radiodiffusion, l'argument en faveur de la programmation canadienne était avancé d'un point de vue culturel. Comme indiqué dans le rapport de la Commission Fowler :

« Nous ne pouvons toutefois, en tant que nation, accueillir sans péril pour notre identité nationale le flot naturel et débordant de moyens de communication puissants et persuasifs<sup>15</sup> [issus de la culture d'un autre pays] »

L'enjeu était d'une importance capitale pour le jeune pays. Faisant valoir que seule une aide gouvernementale pourrait soutenir une programmation canadienne adéquate à la radio, le militant Graham Spry a prononcé ses paroles aujourd'hui devenues célèbres : « la question qui se pose est l'État ou les États<sup>16</sup>. »

Le concept du « contenu canadien », de même que la difficulté de le définir de façon mesurable, est issu de cette période d'innovation en matière de politiques canadiennes sur la culture et la radiodiffusion. Dès 1959, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion, précurseur du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), a forgé un système de quotas

---

<sup>14</sup> R.B. Bennett prenant la parole devant la Chambre des communes le 18 mai 1932.

<sup>15</sup> Bureau du Conseil privé (1957) *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision*, p. 8

<sup>16</sup> Voir, à titre d'exemple, Melody, W. H. (1987) « The Canadian Broadcasting Corporation's Contribution to Canadian Culture », *Journal of the Royal Society of Arts*, pp. 286-297

pour la télévision, qui visait à assurer la disponibilité d'une programmation canadienne « de par sa teneur et sa nature<sup>17</sup> ». Bien que l'objectif fût de « maintenir l'identité canadienne et renforcer l'unité canadienne » par le biais de la programmation télévisée, les réglementations négligeaient de fournir des critères culturels qualitatifs définissant une telle programmation. L'accent fut plutôt mis sur le maintien d'une participation canadienne à la production, à la réalisation et à l'exécution de cette programmation<sup>18</sup>.

Comme expliqué ci-dessous, le sens du terme « contenu canadien » a évolué au fil du temps, mais le résultat visé par cette politique, à savoir une programmation canadienne de par sa teneur et sa nature, n'a jamais été atteint. On parlait de l'hypothèse que, si les réseaux canadiens diffusaient suffisamment de contenu produit par des créateurs canadiens et mettant en vedette des artistes canadiens, les objectifs du pays en matière de politique culturelle seraient maintenus. Avec l'avènement des services de diffusion en continu, l'obsolescence de la réglementation d'exclusion et la montée fulgurante des productions sous contrôle étranger, cette hypothèse déjà erronée n'a plus aucun poids. La question de la teneur du contenu canadien – les qualités d'une programmation typiquement canadienne – n'a pas encore été résolue.

---

**17** Voir le rapport 2003 du Comité permanent du patrimoine canadien, *Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*. pp. 140-145. Italique ajouté.

**18** *Ibid.*

## À la recherche de la « spécificité » du contenu canadien

Afin de mieux comprendre en quoi consiste une programmation « typiquement canadienne », il convient d'établir des distinctions claires entre les politiques protectionnistes prévalentes et les incitatifs actuellement en place pour soutenir la création de contenu canadien. Plus précisément, la définition de « typiquement canadien » ne doit pas se limiter aux critères des systèmes protectionnistes actuels comme la Certification des émissions canadiennes<sup>19</sup>. Ceci comprend les systèmes de points existants qui servent à définir le contenu canadien dans le cadre du crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC), lequel est administré par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC)<sup>20</sup>.

Comme expliqué ci-dessus, le raisonnement qui sous-tend le régime canadien actuel en matière de contenu était largement fondé sur la relation économique et culturelle du Canada avec les États-Unis<sup>21</sup>. Aujourd'hui, les quotas de contenu canadien protègent les intérêts économiques des industries de la culture et de la création au Canada, en employant des Canadiens et Canadiennes dans des postes de création, et en partant de l'hypothèse que la programmation renforcera la culture canadienne parce qu'elle est produite par des gens d'ici. Toutefois, comme démontré ci-dessous, les limites de cette hypothèse sont désormais évidentes<sup>22</sup>.

Par exemple, comme en fait foi le système de points utilisé pour évaluer l'admissibilité au CIPC, la certification de « contenu canadien » se base principalement sur des facteurs économiques ou industriels (nombre de Canadiens employés, nombre de Canadiens occupant des postes de haut rang, rémunération de talents canadiens, etc.) :

Afin d'être reconnue comme une production cinématographique ou magnétoscopique canadienne, une production d'action réelle doit (sauf s'il s'agit d'une coproduction prévue par un accord) se voir attribuer au moins six points en fonction de l'échelle cidessous. Les points ne seront attribués que si la ou les personne(s) fournissant les services est/sont des Canadiens ou des Canadiennes.

<sup>19</sup> Le système de points pour la certification des émissions canadiennes : [https://crtc.gc.ca/eng/cancon/c\\_cdn.htm](https://crtc.gc.ca/eng/cancon/c_cdn.htm) [Consulté le 7 janvier 2020]

<sup>20</sup> Lignes directrices sur la présentation des demandes – Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) : <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/bcpac-credit-impot/production-cinematographique-magnetoscopique-canadienne/lignes-directrices.html> [Consulté le 7 janvier 2020]

<sup>21</sup> Durant les années 1940 et 1950, le divertissement de masse américain a inondé le marché canadien en grande pompe, laissant l'industrie du divertissement canadienne avec des revenus limités et une incapacité à se développer et à s'améliorer. Le Canada a développé des politiques protectionnistes pour ses industries, en réponse à cette concurrence inégale. Voir Edwardson (2008). *Canadian content: Culture and the quest for nationhood*. (Toronto: University of Toronto Press) p. 13

<sup>22</sup> Par exemple, Edwardson soutient que les politiques culturelles des années 1960, qui ont engendré les quotas de contenu canadien, ont créé l'environnement actuel, où « la production de contenu canadien quantifiable dans l'industrie – sans trop d'égard pour ses éléments qualitatifs – est devenue une fin en soi. » Voir *Ibid*, p. 19



- Réalisateur : 2 points
- Scénariste : 2 points
- L'artiste principal pour les services duquel la rémunération la plus élevée était à payer : 1 point
- L'artiste principal pour les services duquel la deuxième rémunération en importance était à payer : 1 point
- Directeur de la photographie : 1 point
- Directeur artistique : 1 point
- Compositeur de la musique : 1 point
- Monteur de l'image : 1 point<sup>23</sup>

Un fait notable — qui d'ailleurs n'est observé dans aucun des autres pays étudiés ultérieurement dans ce rapport — est que les critères pour la certification de contenu « canadien » n'exigent pas qu'une production contienne des qualités ou des sujets culturels particuliers, comme des lieux, des communautés, des personnes, des enjeux, des histoires ou des faits historiques du Canada. Ce constat s'applique aussi aux autres tests du régime canadien de contenu, comme le système MAPL pour la musique<sup>24</sup>.

Sous ce régime, toute programmation considérée comme étant « canadienne » et circulant dans l'écosystème de la radiodiffusion ne doit pas forcément représenter des valeurs ou des qualités canadiennes ou raconter des histoires canadiennes. Le système se contente de faire en sorte que les gens ont accès à une programmation qui emploie des artistes, acteurs, réalisateurs, auteurs et compositeurs du Canada, ce qui soutient les industries culturelles et l'économie du pays.

Un exemple récent qui illustre cette réalité est la série dramatique *The Bletchley Circle: San Francisco*. En 2018, l'émission télévisée fut certifiée comme étant canadienne par le système de points du CRTC, recevant neuf points sur un total possible de dix<sup>25</sup>. Réalisée et produite par des

<sup>23</sup> *Qu'est-ce qui fait qu'une production est canadienne?* [https://crtc.gc.ca/fra/cancon/c\\_cdn.htm](https://crtc.gc.ca/fra/cancon/c_cdn.htm) [Consulté le 20 janvier 2020]

<sup>24</sup> *Le système MAPL – Définir une pièce musicale canadienne* [https://crtc.gc.ca/fra/info\\_sht/r1.htm](https://crtc.gc.ca/fra/info_sht/r1.htm) [Consulté le 20 janvier 2020]

<sup>25</sup> Données enregistrées pour *The Bletchley Circle: San Francisco* (I)(# 101-108), numéro de certification C42389, <https://services.crtc.gc.ca/pub/CanrecList/eng/CanadianProgramList> [Consulté le 26 janvier 2020]

Canadiens, l'émission se déroule au Royaume-Uni et aux États-Unis. Elle raconte l'histoire fictive de deux décrypteurs de codes du célèbre site de Bletchley Park, en Angleterre, qui se rendent à San Francisco pour résoudre des meurtres grâce à leurs techniques de décryptage<sup>26</sup>. Bien que l'émission ait été tournée à Vancouver, elle raconte une histoire manifestement britannique et américaine, avec des personnages, des faits historiques, des lieux et des enjeux britanniques et américains.

Il en va de même pour les coproductions régies par un traité, où un projet est financé conjointement par un producteur ou une agence de financement du Canada et du pays partenaire, tout en étant admissible pour la certification de contenu canadien. Les critères pour la certification des coproductions prévues par un accord visent eux aussi à soutenir les industries de la culture et de la création au Canada :

- le Canada et le pays coproducteur doivent fournir une contribution financière minimale de 15 % à 30 %, selon les termes du traité qui s'appliquent
- la participation financière, créative et technique et le niveau des dépenses doivent tous être proportionnels
- exemple : si le projet est canadien à 40 %, l'on s'attend à ce que 40 % du budget soit dépensé au Canada
- tout le personnel embauché pour travailler sur une coproduction officielle doit provenir des pays coproducteurs
- le tournage et la postproduction du projet doivent se faire dans les pays coproducteurs
- sous réserve de l'approbation des autorités administratives, la plupart des traités autorisent la participation d'acteurs ne provenant pas des pays coproducteurs et le tournage dans un autre territoire si le scénario l'exige<sup>27</sup>.

L'émission télévisée *Vikings*, financée conjointement par le Canada et l'Irlande, est un exemple récent d'une coproduction certifiée et régie par un traité<sup>28</sup>. L'émission raconte l'histoire de Ragnar

---

<sup>26</sup> *The Bletchley Circle: San Francisco* <https://www.imdb.com/title/tt7978912/> [Consulté le 26 janvier 2020]

<sup>27</sup> Critères d'admissibilité de Téléfilm pour une demande de recommandation en coproduction : <https://telefilm.ca/fr/coproduction/soumettre-demande-coproduction> [Consulté le 30 janvier 2020]

<sup>28</sup> *Qu'est-ce qui fait qu'une production est canadienne?* [https://crtc.gc.ca/fra/cancon/c\\_cdn.htm](https://crtc.gc.ca/fra/cancon/c_cdn.htm) [Consulté le 23 janvier 2020]

Lothbrok, un légendaire Viking qui doit sa notoriété à son leadership héroïque, à ses aventures périlleuses et à ses violents exploits en Grande-Bretagne et en France<sup>29</sup>. Bien que la production comprenne des talents canadiens et contribue à l'industrie canadienne, l'histoire, ses personnages et ses lieux ne sont ni canadiens, ni irlandais, mais plutôt nordiques, scandinaves, britanniques et français<sup>30</sup>.

Il faut souligner que de telles politiques jouent un rôle essentiel et efficace pour protéger, soutenir et développer les industries culturelles et médiatiques du Canada, de même que les compétences nécessaires et l'économie du pays en général. Toutefois, ce régime à lui seul n'atteint pas l'objectif initial de favoriser et de soutenir les produits culturels reflétant le *caractère* de la culture canadienne : ses récits, faits historiques, personnes, lieux, préoccupations et attitudes, dans toute leur diversité. En effet, les critères servant à certifier le contenu canadien ne comprennent aucune disposition définissant les *qualités* d'une programmation « typiquement canadienne ».

Dans un contexte où les institutions culturelles comme la Société Radio-Canada ont le mandat de fournir une programmation typiquement canadienne, il n'est pas raisonnable de considérer que l'atteinte des quotas de contenu canadien, en fonction du régime actuel, constitue une réalisation adéquate de l'objectif de départ. Il faut réfléchir davantage à l'approche en matière de programmation, afin d'assurer au Canada l'indépendance d'esprit et de culture que les programmes typiquement canadiens ont le potentiel de maintenir.

---

<sup>29</sup> *Vikings* <https://www.imdb.com/title/tt2306299/> [Consulté le 23 janvier 2020]

<sup>30</sup> « Viking hoards are back to make history. » Irish Independent (17 août 2012) <https://www.independent.ie/irish-news/viking-hordes-are-back-to-make-history-26887894.html> [Consulté le 23 janvier 2020]

## Définition de la spécificité de la culture canadienne

À la suite de cet examen, une question cruciale demeure : qu'est-ce qui rend un produit canadien? Trouver un sentiment d'appartenance dans un pays aussi vaste n'est pas une simple tâche. Le Canada compte six fuseaux horaires officiels et deux langues officielles, en plus d'occuper physiquement les terres des peuples inuits, autochtones et des Premières Nations, qui y vivent depuis des milliers d'années. Des communautés linguistiques et ethniques de partout à travers le monde sont venues s'établir au Canada. Chaque communauté possède ses propres histoires, faits historiques et expériences du Canada. Ces communautés diverses sont liées les unes aux autres, en plus d'être liées à la terre sur laquelle la communauté imaginée du Canada s'est construite<sup>31</sup>.

Selon l'auteur et philosophe canadien John Ralston Saul, « Ce que nous sommes aujourd'hui est inspiré autant de quatre siècles de vie avec les civilisations autochtones que de quatre siècles d'immigration... Nous sommes aujourd'hui le fruit de cette expérience<sup>32</sup>. » Avec son histoire complexe, marquée par le colonialisme et l'immigration, le Canada est souvent décrit à l'aide de termes un peu passe-partout, qui conviennent à un contexte social ou politique pluraliste : « multiculturel », « diversifié », un « creuset » ou « melting-pot », et ainsi de suite. Or, ces termes ne fournissent aucune réponse instructive ou adéquate quant à la question de la programmation « typiquement canadienne ».

Certains voient une force dans ce manque de clarté quant à la culture nationale du Canada. Dans un de ses discours les plus cités, le premier ministre Pierre Elliot Trudeau a prononcé ces paroles célèbres en octobre 1971 :

« L'uniformité n'est ni souhaitable, ni possible dans un pays aussi vaste que le Canada. Il ne serait même pas possible de définir un type canadien, et encore moins de persuader la plupart des gens de s'y conformer. Rien ne serait plus mauvais pour le pays que d'inciter tous les Canadiens à une ressemblance mutuelle. Il n'existe pas de type canadien, ni pour l'homme ni pour la femme<sup>33</sup>. »

Bien que la déclaration du premier ministre Trudeau rejoint sans doute beaucoup de Canadiens et de Canadiennes, c'est exactement ce type de propos qui nuit au maintien d'un système de radiodiffusion canadien<sup>34</sup>. En considérant les tensions qui ont motivé la production de ce rapport, l'on peut se demander si les objectifs de la politique culturelle canadienne ont été pris en otage par l'absence d'une définition universelle de la culture canadienne.

---

<sup>31</sup> Voir le texte de référence de Benedict Anderson datant de 1989, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. (London: Verso)

<sup>32</sup> Saul, J. R. (2008). *A Fair Country: Telling Truths About Canada*. (Toronto: Penguin)

<sup>33</sup> Pierre Trudeau a prononcé ces paroles au Congrès ukrainien canadien le 9 octobre 1971.

<sup>34</sup> À titre d'exemple, consulter le texte de référence de 1990 par Richard Collins, *Culture, Communication and National Identity: The Case of Canadian Television*. (Toronto: University of Toronto Press)

L'analogie de John Ralston Saul offre une piste de solution à ce problème. Peut-être que la citation de Trudeau senior est une réponse à une question mal formulée, comme celle qui a été posée plus haut. En effet, en posant la question « qu'est-ce que la culture canadienne? », il est peu probable d'aboutir à une solution pratique aux défis que doivent relever les décideurs politiques canadiens chargés de la culture.

Ici, il est impératif de mentionner que la culture canadienne n'a pas besoin d'être définie en des termes précis pour qu'on sache qu'elle existe. En effet, le résultat de l'expérience collective du Canada – son mode de vie collectif, à un moment donné – révèle les caractéristiques d'une culture intrinsèquement distincte. Ainsi, le défi pour nos décideurs politiques ne consiste pas à définir la culture canadienne, mais à trouver des façons de saisir ses grandes caractéristiques – pour ainsi favoriser l'expression de la vie collective au Canada dans la programmation nationale.

Comment faire pour rendre plus évidentes les grandes caractéristiques d'une culture typiquement canadienne? Un bon point de départ consiste à demander aux Canadiennes et aux Canadiens de nommer les valeurs et les champs d'intérêt qu'ils partagent. En vue des festivités du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada depuis la confédération, la firme de recherche et marketing Abacus Data a effectué un sondage national sur ce qui rend les gens fiers d'être Canadiennes ou Canadiens<sup>35</sup>.

### TOP 20 DES CHOSES QUI FONT LA FIERTÉ DES CANADIEN.NES

RANG		% vraiment fiers	Nbr. d'adultes can.	RANG		% vraiment fiers	Nbr. d'adultes can.
1	La liberté de vivre comme bon nous semble	59	17,1 M	11	Notre constance et notre régularité	34	9,8 M
2	Terry Fox	50	14,7 M	12	La façon dont nous fournissons les soins de santé	32	9,5 M
3	Ouverture d'esprit envers les gens qui sont différents	49	14,2 M	13	Notre nourriture	29	8,5 M
4	Politesse	46	13,5 M	14	Wayne Gretzky	29	8,5 M
5	Les montagnes Rocheuses	45	13,1 M	15	Celine Dion	29	8,4 M
6	Le sirop d'érable	45	13,1 M	16	David Susuki	28	8,1 M
7	Les joies du plein air	42	12,3 M	17	Le blé canadien	27	7,8 M
8	Réputation à travers le monde	39	11,4 M	18	Nos villes	26	7,6 M
9	Multiculturalisme	34	10,0 M	19	Sidney Crosby	25	7,4 M
10	Un souci du monde qui nous entoure	34	10,0 M	20	Leonard Cohen	24	7,1 M

Est-ce que ces choses ou ces personnes vous rendent vraiment fiers, assez fiers, un peu fiers ou pas du tout fiers du Canada?

Source : Abacus Data<sup>36</sup>

<sup>35</sup> Sur un échantillon représentatif de 500 000 personnes, 1 848 répondants ont participé à un sondage en ligne au milieu de décembre 2016. *Ibid.*

<sup>36</sup> Image d'un graphique d'Abacus Data (2017) *What Makes Us Proud to be Canadian*. <https://abacusdata.ca/the-true-north-friendly-free-what-makes-us-proud-to-be-canadian/> [Consulté le 7 janvier 2020]

Dans les dix premières positions de ce palmarès, on retrouve beaucoup de qualités et de valeurs qui font partie du discours populaire au sujet des Canadiens et Canadiennes : « l'ouverture d'esprit », « la politesse », « le multiculturalisme » et « un souci du monde qui nous entoure ». Cependant, lorsqu'elles sont isolées les unes des autres, ces qualités n'ont rien de distinctif. On retrouve des gens polis au sein de beaucoup de cultures et de nationalités, idem pour les gens ouverts d'esprit et qui se soucient du monde qui les entoure. Or, ces qualités et valeurs prennent leur sens lorsqu'on adopte une perspective comparative. Il est certes difficile d'illustrer comment ces qualités et valeurs sont, en tant que telles, typiquement canadiennes (p. ex. l'ouverture d'esprit), mais il est possible de comprendre comment elles façonnent une culture « typiquement canadienne » quand elles sont considérées en comparaison avec une autre culture, comme celle des États-Unis.

Le sociologue renommé Seymour Martin Lipset soutient que « les nations peuvent uniquement être comprises en adoptant une perspective comparative ». À propos des deux pays les plus septentrionaux en Amérique du Nord, il affirmait ceci : « examiner intensivement le Canada et les États-Unis nous éclaire sur ces deux pays<sup>37</sup>. » Par exemple, au lieu de dire « les Canadiens accordent de la valeur à l'ouverture d'esprit », l'on peut affirmer que « comparativement aux Américains, les Canadiens accordent de la valeur à l'ouverture d'esprit ». Cette même perspective comparative s'applique à la politesse, au multiculturalisme et aux soins de santé publics. En adoptant cette approche, l'image de deux nations avec des cultures, des valeurs et des impératifs politiques distincts se dessine.

L'exemple des soins de santé vient étayer ce point. Le Canada est connu pour son système de santé public, où l'accès gratuit à la plupart des services est consacré par la loi. Il s'agit d'une norme culturelle, et il est clair que les Canadiens y accordent une grande valeur. Selon le sondage d'Abacus Data présenté ci-dessus, les soins de santé publics sont au 12<sup>e</sup> rang des choses dont les Canadiens sont le plus fiers.

À l'inverse, aux États-Unis, des dizaines de millions de gens ont de la difficulté à accéder aux services de santé de base, faute d'une couverture d'assurances dans un système largement privatisé<sup>38</sup>. Les tentatives de résoudre ce problème par le biais de politiques gouvernementales ont suscité de vives réactions, voire des réponses hystériques, certains allant jusqu'à craindre à tort que des « panels de la mort » soient instaurés pour décider qui recevrait des traitements essentiels à leur survie<sup>39</sup>. Il est très inhabituel d'entendre les Canadiennes et Canadiens discuter des soins de santé publics sur un ton aussi critique et méprisant.

---

**37** Lipset, S. M. (1990) *Continental Divide: The Values and Institutions of the United States and Canada*. (New York: Routledge) p xiii

**38** « The 3 Reasons the U.S. Health-Care System Is the Worst », *The Atlantic* <https://www.theatlantic.com/health/archive/2018/06/the-3-reasons-the-us-healthcare-system-is-the-worst/563519/> [Consulté le 12 février 2020]

**39** Par exemple, voir le rapport suivant de Fox News, *The return of Obamacare's 'death panels'*. <https://www.foxnews.com/transcript/the-return-of-obamacares-death-panels> [Consulté le 11 février 2020]

Il est important de noter que des comparaisons générales entre les deux pays ne révéleront pas nécessairement les grandes caractéristiques d'une culture canadienne distincte. Une analyse préliminaire de plusieurs industries intégrées révèle une relation très proche et des intérêts culturels semblables. Comme mentionné plus tôt dans le présent rapport, les industries canadiennes et américaines du cinéma, de la télévision et de la musique sont bien intégrées, ce qui complique davantage la notion de culture typiquement canadienne dans ces secteurs. Par exemple, beaucoup d'émissions et de films américains sont tournés au Canada<sup>40</sup>. De nombreux acteurs et actrices du Canada jouent dans des films américains à succès<sup>41</sup>. Les gens qui connaissent la musique de Neil Young, Celine Dion, Avril Lavigne ou Drake savent que les artistes musicaux du Canada se retrouvent fréquemment dans les palmarès américains, tandis que les artistes américains font également bonne figure au Canada.

Nous vivons à une époque où la culture et les produits culturels circulent librement à travers le monde et sont souvent le fruit d'une collaboration s'étendant sur plusieurs pays. Ainsi, le fait de déterminer la « nationalité » d'un film, d'une chanson ou d'une émission de télévision ne tient pas nécessairement compte de la substance culturelle de l'œuvre. Comme l'avancent Grant et Wood, « la culture, en elle-même, échappe à toute désignation nationale précise<sup>42</sup>. »

Il n'est peut-être pas possible de définir les frontières précises d'une culture en particulier, mais de nombreux exemples de la vie quotidienne nous démontrent que ces lignes existent. Un point de comparaison en ce sens est lié aux valeurs qui sous-tendent la vie quotidienne au sein des frontières juridictionnelles d'une nation : les lois et institutions qui s'occupent de la liberté d'expression, qui guident les pratiques culturelles, de façon plus générale<sup>43</sup>.

Il est particulièrement instructif de comparer comment le Canada et les États-Unis traitent la liberté d'expression. Dans le contexte américain, le Premier amendement à la Constitution des États-Unis est emblématique d'un ensemble de valeurs américaines bien connues, où la protection de la liberté d'expression est expressément ratifiée :

« Le Congrès ne peut faire aucune loi relativement à l'établissement d'une religion ou en interdisant le libre exercice; ou restreignant la liberté de parole ou de la presse; ou le droit au peuple de s'assembler paisiblement, et d'adresser des pétitions au gouvernement pour une réparation de ses torts »

---

<sup>40</sup> <https://www.theguardian.com/film/filmblog/2007/nov/01/kellynestruckthursampic> [Consulté le 28 janvier 2020]

<sup>41</sup> <https://www.buzzfeed.com/rachelhorner/79-actors-we-can-thank-canada-for> [Consulté le 28 janvier 2020]

<sup>42</sup> Grant, P.S. & Wood, C. (2004). *Blockbusters and Trade Wars: Popular Culture in a Globalized World*. (Vancouver: Douglas & McIntyre) p. 140

<sup>43</sup> Bien que ses opinions divergent sur certains points mis de l'avant dans ce rapport, l'expert en études médiatiques Richard Collins soutient aussi que ce sont les institutions canadiennes qui produisent et reproduisent l'identité et le sentiment nationaux. Voir *Culture, Communication and National Identity: The Case of Canadian Television*. (Toronto: University of Toronto Press, 1990)

Régie par la Charte canadienne des droits et libertés, l'approche du Canada en matière de liberté d'expression est très différente. Contrairement à l'approche libertarienne, qui protège les citoyens américains contre la tyrannie potentielle du gouvernement, la Charte canadienne des droits et libertés déclare dès le départ que tous les droits et libertés sont soumis à certaines limites :

### **Droits et libertés au Canada**

1. La *Charte canadienne des droits et libertés* garantit les droits et libertés qui y sont énoncés. Ils ne peuvent être restreints que par une règle de droit, dans des limites qui soient raisonnables et dont la justification puisse se démontrer dans le cadre d'une société libre et démocratique.

### Libertés fondamentales

2. Chacun a les libertés fondamentales suivantes :

...

(b) liberté de pensée, de croyance, d'opinion et d'expression, y compris la liberté de la presse et des autres moyens de communication<sup>44</sup>.

L'approche mesurée du Canada en matière de liberté d'expression est emblématique d'une norme culturelle, faisant la lumière sur les comportements et attitudes qui sont jugés acceptables. La Cour suprême des États-Unis a statué que les discours haineux sont légalement protégés par le Premier amendement, qui garantit le droit d'exprimer sa pensée librement en public<sup>45 46 47</sup>. Au Canada, une telle approche a été rejetée, et par la suite, des lois canadiennes ont été établies pour imposer des limites sur la liberté d'expression, notamment sur ce qui incite à la haine<sup>48</sup>.

Cette approche « typiquement canadienne » de la liberté d'expression reflète les valeurs et principes généralement acceptés qui sous-tendent la Charte des droits et libertés (c.-à-d. que toutes les libertés ont des limites) et qui se distinguent des valeurs américaines (c.à.d. le gouvernement ne

---

<sup>44</sup> Charte canadienne des droits et libertés, telle que présentée dans Loi constitutionnelle, 1982 <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/const/page-15.html> [Consulté le 20 janvier 2020]

<sup>45</sup> La Cour suprême des États-Unis a statué que « le discours haineux » est protégé par le Premier amendement. Voir *Matal v. Tam* <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/582/15-1293/> [Consulté le 20 janvier 2020]

<sup>46</sup> Voir également cette analyse du « principe de préjudice » (*harm principle*) de John Stewart Mill, en rapport au discours haineux. <https://plato.stanford.edu/entries/freedom-speech/#MilHarPriHatSpe> [Consulté le 21 janvier 2020]

<sup>47</sup> Il existe des exceptions à la liberté d'expression aux États-Unis, comme l'incitation à des actions qui causeraient un tort précis aux autres (comme crier « au feu ! » dans un théâtre), divulguer des secrets d'État, distribuer du matériel obscène, etc. <https://www.uscourts.gov/about-federal-courts/educational-resources/about-educational-outreach/activity-resources/what-does>

<sup>48</sup> Par exemple, voir l'article 319 (1) et l'article 319 (2) du *Code criminel du Canada*, qui concernent l'incitation à la haine ou la fomentation de la haine : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/c-46/section-319.html> [Consulté le 15 janvier 2020]



devrait pas imposer de limites aux libertés). Par extension, ces valeurs canadiennes partagées se reflètent dans les lois et politiques culturelles du Canada, de même que dans sa culture au sens plus large<sup>49</sup>. Il est crucial de noter que ces différences de valeurs n'ont été définies par aucune personne ou institution en particulier. Elles sont plutôt le fruit de l'évolution naturelle de deux sociétés indépendantes et démocratiques — le résultat du mode de vie collectif et de l'expérience partagée au sein de ces deux nations.

Concrètement, les normes culturelles touchant la liberté d'expression peuvent avoir une incidence profonde sur les médias, qui servent à diffuser universellement cette expression. Cette spécificité culturelle se manifeste à travers le contenu médiatique de différentes façons. Prenons, par exemple, une comparaison des émissions de nouvelles les plus regardées au Canada et aux États-Unis. Au Canada, le réseau de nouvelles le plus regardé en 2019 était CTV National News, qui a remporté de nombreux prix de radiodiffusion et de journalisme évalués par des pairs, pour souligner l'excellence de sa programmation d'information à travers le pays<sup>50</sup>.

Aux États-Unis, Fox News, qui a battu des records de téléspectateurs en 2019, se classe régulièrement comme étant le réseau de nouvelles le plus regardé au pays<sup>51</sup>. Reconnu pour sa programmation reflétant les opinions de la droite, le réseau est souvent l'objet de controverses en raison des points de vue extrêmes de ses animateurs d'émissions. Sean Hannity de Fox News est celui qui a propagé l'idée qu'un système d'assurance maladie universelle donnerait lieu à des « panels de la mort », et ce segment a été diffusé lorsque Fox News était le réseau le plus populaire au pays<sup>52</sup>. Si l'on estime que l'évaluation par les pairs est un gage de qualité, il est à noter que Fox News n'a jamais remporté de prix Peabody pour ses émissions d'actualité<sup>53</sup>.

La popularité respective de ces émissions d'information reflète certains des champs d'intérêt et des valeurs emblématiques d'une culture « typiquement canadienne », qui se distingue considérablement de la culture américaine.

Ici, il importe de se rappeler des interventions en matière de politique culturelle qui ont été mises en place pour protéger et privilégier la programmation canadienne. Comme démontré plus tôt, le Canada était incapable d'assurer l'essor de son propre écosystème de radiodiffusion privé, en raison

---

**49** Les AMIS de la radiodiffusion a produit une série de publicités télévisées en octobre 2006 pour défendre les histoires typiquement canadiennes par rapport aux scénarios hollywoodiens. À titre d'exemple, voir la publicité des AMIS à propos de « *Richard the Rocket* » : [https://www.youtube.com/watch?v=G\\_PgP54plcs](https://www.youtube.com/watch?v=G_PgP54plcs) [Consulté le 15 janvier 2020]

**50** CTV National News a récemment remporté le prix du meilleur téléjournal de l'Association des nouvelles radio, télévision et numériques <https://www.ctvnews.ca/canada/ctv-national-news-wins-best-tv-newscast-at-rtdna-awards-1.4418879> [Consulté le 12 février 2020]

**51** « Fox News hits highest viewership in network's 23-year history », *The Hill* <https://thehill.com/homenews/media/476220-fox-news-hits-record-high-viewership-in-networks-23-year-history> [Consulté le 12 février 2020]

**52** Fox News, *The return of Obamacare's 'death panels'*. <https://www.foxnews.com/transcript/the-return-of-obamacares-death-panels> [Consulté le 11 février 2020]

**53** Les prix Peabody sont décernés pour l'excellence en radiodiffusion et comprennent une catégorie pour la diffusion des nouvelles. <http://www.peabodyawards.com/about#originawards> [Consulté le 12 février 2020]

de l'immense influence des affiliés américains, comme les réseaux CBS et NBC. Par conséquent, des institutions culturelles et des politiques clés ont été établies afin de protéger les intérêts culturels du Canada et de soutenir la production de contenu canadien. Or, ces politiques demeurent efficaces pour soutenir économiquement les artistes, les créateurs de contenu et les industries culturelles du Canada, mais elles sont moins efficaces pour assurer la production d'une programmation « typiquement canadienne », qui reflète les grandes caractéristiques de la culture canadienne : le mode de vie collectif au Canada et les résultats des expériences de ses habitants.

## Diffusion de la spécificité canadienne en reflétant véritablement le pays

Il est évident que les difficultés que pose la définition d'une programmation « typiquement canadienne » ont eu pour effet de privilégier des objectifs industriels qui sont plus faciles à définir et à mesurer. La section précédente du rapport démontrait que l'approche typiquement canadienne de la liberté d'expression reflète les valeurs et principes canadiens largement acceptés et ratifiés dans la Charte canadienne des droits et libertés. Ces valeurs se distinguent de celles qui ont été consacrées dans la Constitution américaine. En effet, les grandes caractéristiques d'une culture typiquement canadienne évoluent et sont quelque peu floues, mais il est possible de les cerner.

Le défi restant consiste à établir un ensemble de critères plus instructifs, qui définiraient les grandes caractéristiques d'une programmation « typiquement canadienne », à savoir une programmation qui exprime le mode de vie collectif au Canada. Comme il sera démontré plus loin, les politiques culturelles d'autres pays démontrent que cet objectif est atteignable, sans qu'il soit nécessaire de recourir à des définitions rigides de l'identité et de la culture nationales.

*Qu'est-ce qu'une programmation « typiquement canadienne »? C'est une programmation qui reflète les valeurs, intérêts, récits, lieux et personnes – y compris leurs histoires et leurs luttes – de partout à travers le pays. Par « reflète », l'on entend que la programmation contient des qualités et des éléments qui sont manifestement canadiens. En effet, si une programmation « typiquement canadienne » ne reflète pas les histoires, les faits historiques, les personnes et les lieux du Canada, comment alors peut-elle être typiquement canadienne?*

À cette fin, dans la section consacrée à la SRC, la *Loi sur la radiodiffusion* contient une référence utile, qui permet de comprendre et de théoriser la notion de programmation « typiquement canadienne » :

... la programmation de la Société devrait à la fois :

... refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional<sup>54</sup>

Bien que la loi fournisse quelques lignes directrices, le présent rapport a conclu que les critères et

---

<sup>54</sup> Loi sur la radiodiffusion. <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/B-9.01/page-1.html?txthl=predominantly+distinctively+predominant>  
[Consulté le 4 janvier 2020]

tests employés dans le régime de contenu canadien actuel ne permettent pas de définir les qualités et les éléments caractéristiques d'une programmation « typiquement canadienne ». Comment peut-on alors combler ces lacunes?

Les expériences d'autres pays peuvent nous fournir certaines pistes de solutions. Prenons, par exemple, l'expérience de l'Union européenne, où des tests culturels ont été intégrés aux critères d'admissibilité pour les incitatifs fiscaux liés aux productions télévisuelles et cinématographiques. Il est important de noter que les tensions et le contexte à l'origine de ces interventions politiques ne sont pas sans lien avec l'expérience canadienne. Dans la période suivant la Première Guerre mondiale, les ressources économiques de l'Europe étaient épuisées, ce qui empêchait le Vieux Continent de faire des investissements comparables à ceux des États-Unis pour le développement de produits culturels. Les pays européens étaient incapables de rivaliser avec les firmes américaines dans le domaine de la production cinématographique. L'Europe fut confrontée à des inquiétudes liées à l'américanisation et à la perte de sa souveraineté culturelle, à mesure que les productions américaines prirent d'assaut ses cinémas<sup>55</sup>.

Ces préoccupations et ces tendances ont perduré, les productions américaines continuant d'occuper une place importante sur les écrans européens<sup>56</sup>. Afin d'y remédier, la Commission européenne a adopté une loi spéciale accordant aux états membres le pouvoir de subventionner le développement de produits culturels. Cette loi permettait également aux états européens de créer leurs propres critères nationaux pour évaluer l'admissibilité des productions à une telle aide financière<sup>57</sup>. L'Allemagne, par exemple, a le pouvoir de développer ses propres critères nationaux pour évaluer si les produits culturels sont « typiquement allemands », en vue de l'octroi de subventions. Les autres états membres possèdent le pouvoir d'en faire autant pour leurs propres produits culturels.

Ces mesures ont mené à l'élaboration de nombreux tests culturels pour les productions cinématographiques et télévisuelles à travers l'Union européenne, chaque état membre ayant le pouvoir de développer son propre test. Comme le démontrent les exemples suivants (qui sont des extraits de différents tests culturels), on y retrouve des critères qui distinguent réellement la culture du pays en question, comme ses histoires, ses faits historiques, ses lieux, ses monuments célèbres, et ainsi de suite :

---

**55** de Grazia, V. « Mass Culture and Sovereignty: The American Challenge to European Cinemas, 1920-1960 », *The Journal of Modern History*. Vol. 61, No. 1 (mars 1989), pp. 53-87

**56** Broche, J. et autres « State aid for films—a policy in motion? » *European Commission Directorate General for Competition, Competition Policy Newsletter* (printemps 2007), pp. 44-48

**57** Voir le communiqué de 2001 de la Commission Européenne sur l'aide étatique pour les œuvres cinématographiques et audiovisuelles : [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP\\_01\\_1326](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_01_1326) [Consulté le 4 janvier 2020]

### **Le test culturel de l'Allemagne**

- Le film (substance/matériel sous-jacent) se déroule principalement en Allemagne ou dans la région propre à la culture allemande
- Comprend des repères visuels typiques de l'Allemagne (p. ex. architecture ou paysages allemands, comme des chalets dans la Forêt-Noire)
- Utilise des lieux allemands
- Le ou les personnages principaux dans le scénario sont des Allemands
- L'histoire/le scénario est allemand<sup>58</sup>

### **Le test culturel de la France**

- Une majorité relative des scènes se déroulent en France
- Une majorité relative des scènes se déroulent en France et dans un pays de la francophonie
- L'intrigue et l'histoire mettent en valeur le patrimoine artistique français ou une période de l'histoire française
- L'intrigue et l'histoire traitent de sujets politiques, sociaux ou culturels propres à la société française ou aux sociétés européennes<sup>59</sup>

Dans ces deux tests, les critères contiennent des qualités et des éléments culturels précis, qui distinguent les deux nationalités, sans pour autant recourir à une définition universelle de ce qu'est la culture française ou allemande. Par exemple, un film qui traite d'un enjeu politique français, tout en mettant en valeur le patrimoine artistique français, reflète une expérience et un contexte propres à la France; il s'agit donc là d'une œuvre typiquement française. De la même façon, une émission de télévision qui se déroule en Allemagne, avec des personnages allemands et un scénario allemand, est une œuvre qui reflète l'Allemagne et le caractère distinct de sa culture.

---

<sup>58</sup> Voir le test allemand des caractéristiques pour les longs métrages : [https://focal.ch/prodvalue/working\\_conditions/docs/Germany/Test-of-Characteristics-for-Feature-Films.pdf](https://focal.ch/prodvalue/working_conditions/docs/Germany/Test-of-Characteristics-for-Feature-Films.pdf) [Consulté le 6 janvier 2020]

<sup>59</sup> Voir le *Crédit d'impôt pour les productions internationales*. <http://www.idf-film.com/media/trip-english-presentation.pdf> [Consulté le 6 janvier 2020]

Le Royaume-Uni constitue également un point de référence instructif en ce sens<sup>60</sup>. À l’instar des pays européens, le Royaume-Uni emploie un test culturel comprenant des points pour les subventions à caractère fiscal destinées à la production cinématographique. Ce test contient des critères d’admissibilité comme le « contenu culturel » et la « contribution culturelle ». Plus précisément, le test culturel attribue des points aux productions qui se déroulent au Royaume-Uni, aux scénarios qui se basent sur des sujets typiquement britanniques, aux films enregistrés en anglais ou dans les langues indigènes du Royaume-Uni ainsi qu’aux scénarios qui mettent en valeur le patrimoine et la diversité britanniques<sup>61</sup>.

Il est particulièrement intéressant de comparer la performance et l’influence du Royaume-Uni à celle du Canada, en tenant compte de sa langue, de sa superficie et de son utilisation des tests culturels pour soutenir le développement des biens culturels. Comme l’illustre le graphique ci-dessous, la population du Royaume-Uni correspond à moins du double de celle du Canada<sup>62</sup>, mais les exportations de biens culturels du Royaume-Uni sont plus de douze fois plus élevées que celles du Canada<sup>63</sup>.

#### Exportations de biens culturels (\$ US)



Source : Institut de statistique de l’UNESCO<sup>64</sup>

Certes, le contexte national et linguistique du Royaume-Uni, son économie et ses écosystèmes de divertissement et de radiodiffusion sont très différents de ceux du Canada. Par contre, le Royaume-

<sup>60</sup> Au moment d’écrire ce rapport, le Royaume-Uni est en train de négocier sa sortie de l’Union européenne. Ainsi, l’incertitude plane quant à la durabilité de ses politiques culturelles, accords commerciaux et lois fiscales.

<sup>61</sup> Voir *Summary of points – cultural test for film*. <https://www.bfi.org.uk/apply-british-certification-tax-relief/cultural-test-film/summary-points-cultural-test-film> [Consulté le 12 janvier 2020]

<sup>62</sup> Au moment d’écrire ce rapport, le Royaume-Uni compte une population d’environ 67 millions d’habitants, tandis que la population du Canada est d’environ 37 millions d’habitants.

<sup>63</sup> Autre fait notable, le Royaume-Uni parvient à exporter plus de la moitié de la valeur des produits culturels qui sortent des États-Unis, un pays qui fait environ quatre fois sa superficie avec une population de 330 millions d’habitants.

<sup>64</sup> Chiffres de 2017. Les données du graphique proviennent de l’Institut de statistique de l’UNESCO, données du Commerce international des biens et services culturels (UN COMTRADE Database). <http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=3629#> [Consulté le 17 janvier 2020]

Uni s'est doté d'un régime de réglementation, incluant des tests, avec des objectifs très clairs et précis pour soutenir le développement de produits culturels.

Comment pourrait-on mettre en œuvre un test culturel dans le contexte du Canada? Dans leur analyse de la série dramatique canadienne *Due South*, Marsha Tate et Valerie Allen établissent une liste d'éléments « typiquement canadiens » qui reflètent le Canada et ses régions. Cette liste pourrait s'avérer utile lors du développement d'un test culturel visant la programmation canadienne :

« Parmi ces éléments, on retrouve, entre autres, un éventail diversifié d'activités, d'attitudes, d'événements historiques, d'enjeux, de symboles et de styles, de même que des individus ou des lieux célèbres qui sont attribuables au Canada<sup>65</sup>. »

Un exemple plus récent d'éléments typiquement canadiens se trouve dans un épisode de l'émission *The Baroness Von Sketch Show*, diffusée sur les ondes de CBC. Dans cet épisode, les acteurs abordent la question de la reconnaissance des territoires autochtones, en mettant en scène une rencontre malaisante entre la présentatrice d'une pièce de théâtre et une personne dans l'assistance. La présentatrice ouvre la soirée avec une reconnaissance territoriale, une pratique désormais courante lors de rassemblements publics au Canada. Lorsque la reconnaissance est terminée, une femme dans l'assistance lui demande quel pourcentage de la vente des billets ira aux peuples autochtones, afin de les indemniser pour l'utilisation de leur territoire non cédé. La réponse : aucun. L'échange devient de plus en plus malaisant par la suite.

Le sujet traité ici est typiquement canadien : on se demande comment on peut réellement remédier au fait que le Canada soit construit sur des terres autochtones, et l'on se questionne sur la sincérité et la pertinence de ces formules de reconnaissance<sup>66</sup>. Les gens qui viennent d'ailleurs ne saisiront pas toutes les subtilités de la question, du moins pas sans explications. Vu les répercussions morales et politiques qui découlent du traitement, actuel et antérieur, réservé aux peuples autochtones par le Canada, ce sketch invite le public à réfléchir à une question d'une grande importance nationale et éthique.

Un autre exemple, évident en soi, d'un contenu typiquement canadien se trouve dans une programmation vitale dont dépendent des millions de Canadiennes et de Canadiens : les

---

<sup>65</sup> Tate & Allen (2003). *Integrating Distinctively Canadian Elements into Television Drama: A Formula for Success or Failure? The Due South Experience*. <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1341/1402> [Consulté le 7 janvier 2020]

<sup>66</sup> Sketch sur la reconnaissance territoriale, *Baroness von Sketch Show* [https://www.youtube.com/watch?v=xIG17C19nYo&list=PLo\\_UQZib9JjyMfyC4p3XH3O11T1im2Mj&index=22&t=0s](https://www.youtube.com/watch?v=xIG17C19nYo&list=PLo_UQZib9JjyMfyC4p3XH3O11T1im2Mj&index=22&t=0s) [Consulté le 21 janvier 2020]

bulletins de nouvelles. À ce chapitre, le système de radiodiffusion canadien a connu des résultats relativement positifs<sup>67</sup>. Presque par définition, les nouvelles canadiennes reflètent les enjeux, les histoires, les personnes et les lieux du pays et de ses régions. En effet, les émissions d'actualité pourraient passer un test culturel haut la main.

Aujourd'hui, il est de plus en plus difficile de livrer des contenus journalistiques et des nouvelles, particulièrement locales. La perte de cette programmation a des répercussions très préoccupantes sur les communautés canadiennes. À l'heure actuelle, les organes d'information privés du Canada sont dans une situation critique. Ainsi, l'importance d'un radiodiffuseur public national, qui fournit une programmation d'information « typiquement canadienne » tout en servant les intérêts du public, est plus évidente que jamais. Or, malgré son crédit parlementaire, la SRC peine à maintenir un réseau local de nouvelles à travers tout le Canada. Les nouvelles locales constituent donc une forme de programmation « typiquement canadienne » à laquelle de moins en moins de Canadiennes et de Canadiens ont accès.

Le budget restreint de la SRC, jumelé au déclin des grands médias privés, révèle une crise imminente touchant la programmation et les contenus « typiquement canadiens ». D'autre part, le système politique actuel ne suffit pas à protéger les radiodiffuseurs nationaux du Canada; il n'oblige pas les services de diffusion en continu à créer du contenu « typiquement canadien », et il ne soutient pas adéquatement les médias de service public dans la production de tels contenus.

Vu ces circonstances, il est impératif que les politiques culturelles du Canada fassent l'objet d'une refonte qui s'articule autour de tests culturels substantiels. De telles mesures permettraient d'enrichir les critères actuels de l'industrie, comme la propriété et la paternité, qui, en proportion, deviendraient moins importants. En 1959, le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion avait l'intention de créer un système de radiodiffusion qui serait canadien « de par sa teneur et sa nature ». Dans les six décennies qui se sont écoulées depuis, il était présumé qu'une définition industrielle viendrait remplir cet objectif culturel. Toutefois, comme le démontre ce rapport, ce ne fut pas le cas.

Si le Canada souhaite continuer de développer une culture qui lui est propre par le biais de ses médias, il va de soi que ses politiques culturelles doivent protéger et soutenir une programmation et un contenu reflétant ce caractère distinct. Dans une période aussi précaire pour les médias

---

<sup>67</sup> Selon un rapport de 2019 du CRTC, une partie importante des dépenses en émissions canadiennes (DÉC) faites par les radiodiffuseurs canadiens était consacrée aux nouvelles et aux sports. Les nouvelles figuraient parmi les catégories d'émissions canadiennes les plus regardées : <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2019/cm6r.htm> [Consulté le 9 mars 2021]



canadiens, il est crucial que ces normes s'appliquent à tous les diffuseurs, y compris les services numériques étrangers qui dominent le marché canadien. Si le pays veut continuer de produire une programmation qui reflète le Canada et ses régions, et qui s'articule autour des lieux et gens du Canada, exprimant leurs valeurs, intérêts, histoires et expériences, alors le Canada doit réellement et impérativement se doter d'un programme politique qui lui permettra d'atteindre ces objectifs.

## Conclusion

Les technologies évoluent, tout comme le défi de maintenir l'écosystème culturel et médiatique du Canada. À l'ère de Facebook, Netflix et YouTube, il devient de plus en plus difficile de préserver un système de radiodiffusion canadien qui répond adéquatement aux besoins d'une population diversifiée et dispersée. Les réglementations d'exclusion ont été les principaux outils utilisés, à travers l'histoire du Canada, dans ses politiques de radiodiffusion, mais ces mesures ne sont plus applicables ni efficaces pour parvenir à l'objectif souhaité. La dominance des plateformes numériques étrangères a grandement précarisé les médias canadiens, un problème auquel il faut s'attaquer en introduisant de nouvelles politiques protectionnistes ou en actualisant celles qui sont en place. À mesure que les plateformes prennent de l'ampleur et de l'influence, les médias privés du Canada subissent un déclin, voire disparaissent complètement. De plus, dans les communautés où les stations de télévision ou de radio ou les journaux locaux ont fermé leurs portes, les Canadiennes et Canadiens sont mal informés et se sentent isolés des autres. La radiodiffusion publique n'a jamais été aussi essentielle.

Le régime actuel définissant le contenu canadien se résume principalement à mettre en lumière des artistes canadiens et à soutenir les industries culturelles du Canada. Ce système n'encourage pas la création de contenu « typiquement canadien ». Les mesures en place ne visent pas à définir les éléments et qualités qui reflètent les histoires, les faits historiques, les personnes et les lieux du Canada. Par extension, ces mesures sont donc incapables de protéger ou de soutenir la création d'une programmation « typiquement canadienne ».

Il existe une culture canadienne distincte. L'approche du Canada en matière de liberté d'expression n'est qu'un exemple qui reflète les valeurs et principes largement acceptés au pays et ratifiés dans la Charte canadienne des droits et libertés. Ces valeurs diffèrent des valeurs américaines, comme mentionné précédemment. De par sa proximité avec les États-Unis, le Canada subit le phénomène du « géant voisin », ce qui a nécessité la création d'institutions et de systèmes pour protéger le caractère distinct de sa culture. Toutefois, ces systèmes ne suffisent pas à soutenir la production d'une programmation « typiquement canadienne ». Bien que la SRC est légalement tenue d'offrir une programmation « principalement et typiquement canadienne », elle ne possède pas de directives claires ou un financement adéquat pour atteindre cet objectif. Cette situation ne présage rien de bon pour l'avenir des histoires canadiennes, à l'antenne et en ligne. Sans une intervention politique décisive, qui met de l'avant des objectifs culturels substantiels, le mandat premier du système de radiodiffusion canadien sera compromis.

Que la programmation soit « typiquement canadienne » ne constitue pas une exigence arbitraire. Il s'agit d'une directive qui vise à refléter le Canada et ses régions. Les expériences d'autres pays, notamment ceux de l'Union européenne, fournissent des pistes de solution pour établir les qualités et éléments contribuant à une telle programmation. Comme le démontrent les tests culturels de l'Allemagne, de la France et du Royaume-Uni, il est crucial que ces critères ne se limitent pas aux quotas industriels et qu'ils incluent des caractéristiques précises pour soutenir la souveraineté et l'indépendance culturelles du pays; à l'heure actuelle, ces critères essentiels sont manquants dans la politique culturelle canadienne. Au Canada, cette réflexion peut s'articuler autour des lieux et gens du pays, de leurs valeurs, intérêts, communautés locales, faits historiques, histoires et luttes, entre autres qualités et éléments. Afin de préserver le caractère distinct de la culture canadienne à l'ère numérique, il est vital que les grandes politiques culturelles du Canada, en plus de protéger les intérêts industriels et économiques, incluent des tests qui saisissent adéquatement ces qualités et éléments. L'on peut donc conclure qu'une programmation qui reflète la nation est une programmation qui raconte les histoires canadiennes, car ces histoires sont valables en elles-mêmes; elles tissent des liens entre les gens du pays, tout en permettant au Canada de se distinguer. Il s'agit de fournir une programmation locale et régionale issue du Canada, *justement parce que cette programmation est canadienne.*

Il importe ici de souligner le rôle vital du radiodiffuseur public pour fournir cette programmation dans le futur. Dans un contexte où le Canada doit composer avec les États-Unis en tant que « géant voisin » et où la production d'une programmation « typiquement canadienne » dépasse les intérêts financiers des radiodiffuseurs privés, un scénario potentiellement inquiétant se dessine : l'histoire collective du Canada risque de s'affaiblir. Avec la montée des plateformes numériques hautement concurrentielles et des flux mondiaux de produits culturels, la SRC ne tardera peut-être pas à devenir l'unique radiodiffuseur au Canada capable de fournir une programmation « typiquement canadienne » à travers tout le pays. De même, à mesure que le déclin du journalisme et des médias locaux progresse, la SRC deviendra peut-être aussi la seule organisation médiatique capable de refléter adéquatement le Canada et ses régions. Plus que jamais, il est impératif d'accroître sa capacité à remplir ce mandat.

