MÉDIAS ET PROTECTION DES IDENTITÉS : UNE EXPÉRIENCE GARANTE DE L'AVENIR

RÉSUMÉ

Une réflexion sur les médias et les minorités de langues officielles au Canada doit nécessairement tenir compte des enjeux de diversité, de cohabitation et de défense des identités culturelles, qui sont d'ailleurs à l'origine de toutes les politiques canadiennes en matière de culture et de communication depuis plus de 70 ans. Aujourd'hui, alors que cette question redevient d'actualité, on peut légitimement s'interroger sur la pertinence des outils qui ont été mis en place au fil des ans pour préserver un espace culturel soumis à une pression de plus en plus forte. Par exemple, le système canadien de radiodiffusion présente un succès inspirant concernant la protection des identités, dont la pérennité s'appuie sur le respect de ses principes fondateurs.

SYLVAIN LAFRANCE est entré à CBC/Radio-Canada en 1978 à titre de journaliste. Il est tour à tour premier rédacteur aux nouvelles, réalisateur, producteur délégué et directeur des émissions de la Radio française dans la région de la capitale nationale avant d'être désigné, en 1992, chef de cabinet du premier vice-président des Services de la radio des réseaux français et anglais. Il dirige ensuite, à Montréal, la programmation des stations régionales de la Radio française puis, dès 1996, tous les programmes. En 1998, il devient vice-président de la Radio française de Radio-Canada. En novembre 2005, il est nommé vice-président principal pour l'ensemble des Services français de Radio-Canada.

On peut difficilement lancer une réflexion sur les médias et les minorités de langues officielles au Canada sans tenir compte des enjeux de diversité, de cohabitation et de défense des identités culturelles qui caractérisent ce début de siècle et qui découlent en fait de la mondialisation qui a marqué la dernière décennie.

Pourtant, la défense de l'identité culturelle est à l'origine de toutes les politiques canadiennes en matière de culture et de communication depuis plus de 70 ans. Par exemple, la création de CBC/Radio-Canada en 1936 visait justement à donner aux Canadiens un espace culturel bien à eux face à un voisin de plus en plus envahissant. Aujourd'hui, alors que cette question redevient d'actualité, on peut légitimement s'interroger sur la pertinence des outils qui ont été mis en place au fil des ans pour préserver un espace culturel soumis à une pression de plus en plus forte.

Trois défis pour le XXIe siècle

Depuis une quinzaine d'années, l'environnement médiatique canadien a évolué de façon spectaculaire dans un contexte de mondialisation qui dépasse largement les sphères de l'économie et des médias. Sur l'ensemble des facteurs qui contribuent à façonner l'environnement actuel, nous en retiendrons trois qui posent aux médias des défis d'ordre technologique, social et culturel.

L'angle technologique

Indéniablement, l'émergence de nouvelles plateformes élargit indéniablement l'éventail des possibilités de communication pour les communautés de langues officielles. En diminuant de façon considérable les coûts de production et de diffusion, ces nouvelles technologies ont facilité la création et l'accès à des contenus à vocation locale, régionale et « communautaire. » Le web, la baladodiffusion et la musique en format MP3 ne sont que quelques exemples qui permettent aux communautés de langues officielles d'avoir un espace culturel qui leur est propre.

Dans l'ensemble, la technologie favorise le développement de créneaux de plus en plus spécialisés. Toutefois, cela semble se faire au détriment du reflet régional, comme on peut le constater pour la diffusion par satellite (radio et télévision), l'exemple qui illustre sans doute le mieux cette situation.

La croissance fulgurante des services spécialisés que l'on a observée depuis une quinzaine d'années s'explique par le passage au numérique, qui permet d'augmenter

de beaucoup le nombre de chaînes disponibles. Paradoxalement, il demeure encore difficile pour les diffuseurs, notamment le diffuseur public, de rendre disponible l'ensemble de leurs services régionaux puisque le choix des signaux revient aux distributeurs. Or, l'expérience nous démontre que ce choix semble être davantage motivé par les fuseaux horaires couverts, par exemple, que par les communautés desservies.

En télévision, il en résulte que certaines communautés, pourtant desservies régionalement par leur diffuseur public sur ondes hertziennes et sur le service analogique de câblodistribution, n'ont pas nécessairement accès à leur signal régional par satellite. En radio, la diffusion par satellite est encore plus limitée pour le service public parce qu'un seul signal est retransmis, sur une possibilité d'une vingtaine de signaux régionaux, et uniquement par un des deux opérateurs qui offrent ce service au Canada. Certes, la radio par satellite en est encore à ses débuts, mais elle a l'obligation réglementaire d'offrir un service à vocation nationale et complémentaire à ce qui est déjà disponible. Cela laisse peu d'espoir pour le développement de services régionaux de radio par satellite.

Ainsi, le diffuseur public peut développer la meilleure offre régionale possible, mais il n'est pas assuré de pouvoir la rendre disponible sur l'ensemble des plateformes.

L'éclatement de la notion de proximité

Une des révolutions les plus marquantes dans le monde des médias ces dernières années est liée directement à l'évolution technologique, mais touche plutôt le comportement des citoyens et leurs attentes face à leurs médias. Il s'agit de l'éclatement de la notion de proximité.

Le lien géographique de proximité a longtemps été un des positionnements les plus forts et les plus logiques pour les médias. Avec les nouvelles technologies, la proximité peut prendre plusieurs visages. Aujourd'hui, on peut être proche de quelqu'un par sa religion, par son option politique, par son orientation sexuelle ou par une passion partagée pour tel type de voiture ou de bateau, par exemple.

On peut être proche de quelqu'un pour des milliers de raisons et il nous est désormais possible de lui parler en moins de 15 minutes par divers réseaux comme la téléphonie cellulaire et toutes ses options de messageries, ou par le web, pour ne nommer que ceux-là. La notion de proximité s'en trouve donc totalement transformée. La proximité territoriale est devenue une notion qui, sans nécessairement être désuète, n'est plus la seule dimension qui permette la communication.

Les médias doivent donc repenser leur offre dans un contexte où la notion de proximité n'est plus seulement liée au territoire habité.

Cohabitation et défense de l'identité culturelle

La question de la cohabitation culturelle est devenue un des enjeux les plus importants de ce début de XXIe siècle, tant sur la scène internationale qu'à l'échelle nationale, et pose un formidable défi à nos sociétés face auquel les médias auront un rôle majeur à jouer.

À l'international, la mondialisation économique s'est notamment transposée à la communication et à la culture, deux sphères de l'activité humaine intimement liées à l'identité des individus et des peuples. Du coup, la mondialisation prend une dimension identitaire. Aujourd'hui, les citoyens sont constamment bombardés d'information provenant des quatre coins du monde sur des événements qui concernent des cultures et des civilisations qu'ils connaissent très peu et qu'ils comprennent selon leurs propres valeurs. Le « choc des civilisations » annoncé par plusieurs observateurs pourrait très bien se concrétiser si on ne développe pas rapidement un espace commun favorisant une meilleure compréhension mutuelle, un rôle que les médias peuvent et doivent assumer.

Par ailleurs, dans une perspective de diversité culturelle, les médias sont les mieux placés pour assurer un rayonnement optimum des cultures nationales. L'entrée en vigueur de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, en mars 2007, offrira d'ailleurs aux pays signataires une meilleure protection de leurs politiques culturelles respectives.

À l'échelle canadienne, le nouveau paysage démographique du pays, plus multiculturel que jamais, forme une population de plus en plus diversifiée, avec des valeurs ainsi que des références culturelles et historiques toutes aussi variées que l'origine des nouveaux citoyens. Dans ce contexte, les médias peuvent agir comme catalyseur des nouvelles identités culturelles et doivent refléter cette diversité d'idées et d'opinions.

Une solution d'avenir inscrite dans notre histoire

Le Canada, nous le disions en introduction, a une longue expérience en matière de cohabitation et de défense de l'identité culturelle. En fait, le Canada apparaît comme un exemple de lutte assez réussi pour la protection des identités, que ce soit

par l'affirmation d'une identité canadienne sur le continent nord-américain, par le rayonnement du fait français partout au pays et dans le monde ou par l'émergence du multiculturalisme comme une valeur typiquement canadienne.

Au fil des ans, une myriade d'outils ont été développés en ce sens, que l'on pense aux lois sur la radiodiffusion et sur les langues officielles, à la politique canadienne de multiculturalisme et aux différentes lois sur la protection de la langue française. Ces outils sont autant de réponses à un défi qui se pose aujourd'hui à toute la planète.

Le système canadien de radiodiffusion constitue un des exemples les plus éloquents de cette réussite. La *Loi sur la radiodiffusion*, notamment, assure des services pour les communautés de langues officielles et fait cohabiter le privé et le public de façon à créer un équilibre sur lequel s'est construit un des systèmes les plus performants dont le succès est indéniable. Car, malgré la présence imposante du voisin américain, il se produit au Canada des émissions et des contenus de qualité qui sont appréciés des Canadiens.

Fort de ce succès, il faut maintenant s'assurer que ces outils deviennent une force pour l'avenir. Comment ?

D'abord, nous avons l'obligation d'être têtus, obstinés et obsédés par la défense de nos différences. Pour faire du Canada un modèle pour l'avenir, nous devons réussir le pari du respect de nos propres minorités.

Sur le plan technologique, nous devons nous assurer d'avoir un environnement réglementaire qui garantit accès et reflet, entre autre pour surmonter les difficultés de distribution décrites plus tôt. Dans notre programmation, il faut continuer de proposer un reflet régional et transculturel et chercher constamment à créer des liens entre les Canadiens, malgré l'éclatement de la notion de proximité.

Il faut également maintenir un système de radiodiffusion mixte qui assure un équilibre entre diffuseurs privés et publics, parce que le respect de la diversité, l'explication des différences et le développement de la culture ne peuvent être laissés uniquement aux mains de l'entreprise privée. Voilà toute la sagesse du système canadien de radiodiffusion. Au côté des réseaux privés qui desservent des consommateurs, nous devons maintenir un réseau public de premier plan au service des citoyens.

C'est pourquoi CBC/Radio-Canada demeure plus que jamais une réponse adéquate au défi de la cohabitation et de la défense de l'identité culturelle. Avec son immense territoire, sa composition démographique fortement marquée par une immigration toujours plus importante et ses deux langues officielles, le Canada a un avantage certain à tirer d'un diffuseur public porteur d'une culture et d'un ensemble de valeurs communes. En offrant aux Canadiens un espace culturel qui leur est propre, CBC/Radio-Canada a d'ailleurs largement contribué au renforcement de l'identité canadienne et peut encore le faire.

Déjà présent dans chacune des provinces, et ce, dans toutes les grandes régions du pays, le diffuseur public est le mieux placé pour assurer des services aux minorités d'un océan à l'autre. Il est aussi le mieux outillé pour proposer une télévision axée sur le contenu canadien et pour offrir une radio qui fait la promotion de nos talents. Il a également la capacité de maintenir des sites Internet parmi les plus fréquentés au pays et de présenter des contenus sur toutes les plateformes. Ceci est incontournable, désormais, pour atteindre les jeunes et joindre les Canadiens quand et où ils le veulent. Enfin, le diffuseur public occupe une place unique sur la scène internationale. Par ses partenariats, il a accès à des réseaux qui favorisent le rayonnement de la culture et du talent canadien. Il peut également développer des alliances stratégiques visant à forger un espace d'échange et de communication susceptible d'améliorer la compréhension entre les peuples.

Bref, la présence d'un diffuseur public fort s'impose aujourd'hui comme garant de l'avenir. Le rôle de CBC/Radio-Canada face à la cohabitation et la protection des identités culturelles est plus pertinent que jamais.

Il y a 70 ans, les Canadiens ont décidé de se doter d'un diffuseur public. Encore aujourd'hui, le Canada a tout à gagner d'un média de service public comme CBC/Radio-Canada qui agit comme vecteur de l'identité culturelle et de la cohésion sociale et dont le mandat premier est d'enrichir la vie démocratique et culturelle des citoyens.

Nous avons la responsabilité de faire de nos différences et de nos spécificités une richesse qui servira d'exemple pour le monde. Plutôt que d'y voir des contraintes, nous devrions plutôt rêver à l'énorme potentiel que cela représente.