

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA DIVERSITÉ CULTURELLE DANS LES MÉDIAS AU CANADA ET AU QUÉBEC: UNE ANALYSE DE
LA PROGRAMMATION DE SIX CHÂÎNES GÉNÉRALISTES CANADIENNES

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR

VINCENT PICARD

AVRIL 2015

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

DÉDICACE

À mes parents et ami(e)s,
ainsi qu'à tous ceux dont l'épanouissement
des communautés culturelles tient à cœur

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX.....	vi
ABRÉVIATIONS	vii
RÉSUMÉ.....	viii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
PRÉSENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE.....	5
1.1 La relation commerce/culture	5
1.2 La double dimension des biens culturels.....	6
1.3 Les identités culturelles face au commerce.....	7
1.4 La relation entre la <i>Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles</i> de l'UNESCO de 2005 et l'Organisation mondiale du commerce (OMC).....	9
1.5 Question de recherche, hypothèse et pertinence communicationnelle.....	10
CHAPITRE II	
PRÉSENTATION DU CADRE THÉORIQUE	13
2.1 La mondialisation économique.....	14
2.1.1 La configuration internationale.....	14
2.1.2 La configuration multinationale.....	15
2.1.3 La configuration globale.....	16
2.2 L'antithèse de la mondialisation: le retour en force de l'État-nation.....	17
2.3 La mondialisation des communications.....	18
2.4 La télévision généraliste: un facteur d'intégration à l'heure de la mondialisation des communications	22
2.5 L'évolution du concept de diversité culturelle.....	23
2.5.1 L'article IV du GATT	23

2.5.2. L'exemption culturelle.....	24
2.5.3. L'exception culturelle	25
2.5.4 La diversité culturelle dans la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO de 2005.....	27
2.6 Conclusion partielle	30
CHAPITRE III	
PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE	32
3.1 Techniques d'enquête.....	32
3.2 Terrain de recherche: cadre législatif, réglementaire et programmes financiers gouvernementaux.....	34
3.2.1 La Constitution canadienne.....	34
3.2.2 La Loi sur la radiodiffusion de 1991	34
3.2.3 Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)..	35
3.2.4. Les programmes financiers gouvernementaux.....	40
3.3 Initiatives du secteur privé pour la diversité culturelle	46
3.4 Méthodologie de l'analyse de contenu mixte	47
3.5 Conclusion partielle	48
CHAPITRE IV	
ANALYSE DE CONTENU	50
4.1 Contexte de réalisation de notre étude.....	50
4.2 Ici Radio-Canada Télé.....	51
4.3 TVA.....	55
4.4 Télé-Québec.....	59
4.5 Canadian Broadcasting Corporation (CBC)	62
4.6 CTV	66
4.7 Global.....	70

CHAPITRE V	
PRÉSENTATION DES RÉSULTATS	75
5.1 Ici Radio-Canada Télé.....	75
5.2 TVA.....	76
5.3 Télé-Québec.....	76
5.4 CBC.....	77
5.5 CTV.....	77
5.6 Global.....	78
5.7 Comparaison entre les chaînes.....	79
5.8 Quelques constats supplémentaires.....	82
5.9 Retour sur la question et l'hypothèse de recherche et discussion.....	83
5.10 Limites de notre étude.....	86
CONCLUSION.....	89
ANNEXE	
RÉSULTATS DE L'ANALYSE DE CONTENU POUR CHAQUE CHAÎNE.....	93
RÉFÉRENCES.....	99

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

Figure	Page
3.1 Financement du Fonds des médias du Canada (FMC) et du Fonds canadien de télévision (FCT) pour la production télévisuelle, subventions du gouvernement du Canada au FMC et au FCT et contribution des câblodistributeurs au FMC et au FCT, en milliers de \$.....	41
3.2 Financement de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) pour la production télévisuelle et cinématographique et subventions du gouvernement du Québec à la SODEC, en \$.	44
Tableau	Page
5.1 Données recueillies pour les chaînes à l'étude.....	80

ABRÉVIATIONS

AGCS	Accord général sur le commerce des services
ALE	Accord de libre-échange (Canada et États-Unis)
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain (Canada, États-Unis et Mexique)
APTN	Aboriginal Peoples Television Network
BCTQ	Bureau du cinéma et de la télévision du Québec
CBC	Canadian Broadcasting Corporation
CEE	Communauté économique européenne
CEM	Centre d'études sur les médias
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
FCT	Fonds canadien de télévision
FMC	Fonds des médias du Canada
FMI	Fonds monétaire international
FNMC	Fonds des nouveaux médias du Canada
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade/Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce
ICI	International Channel/Canal International
SODEC	Société de développement des entreprises culturelles
OMC	Organisation mondiale du commerce
ONU	Organisation des Nations unies
UE	Union européenne
UIT	Union internationale des télécommunications
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization / Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

RÉSUMÉ

Les biens culturels ont à la fois une dimension économique et une dimension d'identité, de valeurs et de sens. Ainsi, ils ne peuvent être considérés comme de simples marchandises dans un marché mondialisé. Le Canada et le Québec sont préoccupés par cette question depuis de nombreuses années et ont fait preuve de leadership pour faire reconnaître la dimension identitaire des biens culturels sur la scène mondiale. Nous abordons dans ce mémoire l'évolution des revendications pour la pleine reconnaissance de la nature spécifique des biens culturels qui a mené à l'adoption de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005. À cet effet, nous voulons savoir si le Canada et le Québec démontrent autant d'efforts pour faire la promotion de la diversité culturelle canadienne sur leur territoire. Pour ce faire, nous analysons les dispositions prévues pour la promotion de la diversité culturelle dans la Constitution canadienne, la Loi sur la radiodiffusion de 1991, les règlements du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), les programmes financiers gouvernementaux, l'offre de chaînes ethniques des câblodistributeurs canadiens et la programmation de six chaînes de télévision généralistes canadiennes. Nous concluons de cette recherche que le Canada et le Québec font une bonne promotion de la diversité culturelle d'un point de vue législatif et réglementaire, mais que ces efforts ne se reflètent pas suffisamment au niveau financier et à l'écran. Nous pensons que la création de chaînes ethniques locales serait un bon moyen à court terme pour faire la promotion de la diversité culturelle canadienne.

MOTS-CLÉS: commerce, culture, diversité culturelle, mondialisation des communications, télévision canadienne.

INTRODUCTION

La culture et ses diverses manifestations sont des vecteurs identitaires importants servant à tisser des liens entre les membres d'une société donnée. Songeons, pour s'en convaincre, aux hiéroglyphes égyptiens, à la peinture italienne de la Renaissance ou encore à la littérature française du siècle des Lumières. À une époque caractérisée par l'absence de moyens de diffusion de masse (la télévision, la technologie numérique, Internet), les biens culturels ne pouvaient être appréciés que par une certaine élite, une minorité privilégiée ayant accès au milieu artistique. La situation a énormément changé depuis. En effet, avec les développements technologiques du 20^e siècle (radio, télévision et, récemment, Internet), la culture et ses différentes manifestations sont devenues accessibles à un plus grand nombre de personnes.

En parallèle aux innovations technologiques, de profonds changements aux niveaux politiques et économiques sont venus transformer le rôle et la façon de penser la culture et ses différentes manifestations au sein de la société.

Du côté politique, la première étape de la reconnaissance de la culture a été la création de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) en 1945 dans la foulée de la création de l'Organisation des Nations unies (ONU). Suite aux deux Guerres mondiales, l'UNESCO avait pour objectif «[...] de contribuer au maintien de la paix et de la sécurité en resserrant, par l'éducation, la science et la culture, la collaboration entre nations, afin d'assurer le respect universel de la justice, de la loi, des droits de l'homme et des libertés fondamentales pour tous [...]» (UNESCO, 2013a, p.6).

Au niveau économique, la libéralisation des flux commerciaux, commencée dans les années 1970, considère le bien culturel comme un bien commercial, évacuant sa dimension identitaire aussi bien que les valeurs et le sens qu'il véhicule. Ainsi, les *best-sellers* et les statistiques du box-office deviennent les nouveaux paramètres d'évaluation de la valeur des biens culturels. Dans ce contexte économique (libéralisation des flux commerciaux, chute

des barrières douanières, délocalisation de la production, etc.), il est possible d'envisager que le jeu du marché favorise l'épanouissement des cultures dominantes au détriment des cultures minoritaires n'ayant pas les moyens de prétendre à l'universalité. Cette situation entre en contradiction avec l'article 1 de la *Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle* de 2001, lequel énonce l'impossibilité de hiérarchiser les cultures:

La culture prend des formes diverses à travers le temps et l'espace. Cette diversité, s'incarne dans l'originalité et la pluralité des identités qui caractérisent les groupes et les sociétés composant l'humanité. Source d'échanges, d'innovation et de créativité, la diversité culturelle est, pour le genre humain, aussi nécessaire qu'est la biodiversité dans l'ordre du vivant. En ce sens, elle constitue le patrimoine commun de l'humanité et elle doit être reconnue et affirmée au bénéfice des générations présentes et des générations futures (UNESCO, 2001, p.4).

Au Canada et au Québec, la valorisation de la culture par les institutions gouvernementales canadiennes et québécoises est un moyen de s'assurer que l'identité canadienne puisse se faire entendre parmi la diversité des *expressions culturelles*¹ au niveau mondial. L'influence des gouvernements canadiens et québécois sur la promotion de la diversité culturelle se fait aussi sentir au sein du pays par l'adoption de différentes mesures.

À cet effet, l'objectif de notre mémoire de maîtrise est de dresser un portrait des efforts faits ici, au Canada et au Québec, pour protéger et promouvoir la diversité culturelle canadienne dans les médias. Pour ce faire, le premier chapitre de notre mémoire présente la problématique à la base de notre étude. Nous présentons ainsi les caractéristiques de la relation entre le commerce et la culture. Plus spécifiquement, il sera question de la double dimension des biens culturels, identitaire et économique, et de la menace que peut avoir le commerce sur l'expression des identités culturelles au niveau mondial. Ensuite, nous abordons la question de la relation entre la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005 et les autres instruments internationaux, notamment l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Enfin, nous

¹ La *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de 2005 décrit la diversité des expressions culturelles comme étant «[...] un facteur important qui permet aux individus et aux peuples d'exprimer et de partager avec d'autres leurs idées et leurs valeurs [...]» (UNESCO, 2005, p.2).

énonçons notre question de recherche, notre hypothèse de recherche et faisons valoir la pertinence de notre sujet pour le domaine de la communication.

Le deuxième chapitre présente le cadre théorique de notre mémoire de maîtrise. Nous abordons d'abord la mondialisation économique et financière des années 1980 avant de présenter la thèse de la résurgence des nationalismes et de l'État-nation comme une conséquence possible de la mondialisation économique et financière. Ensuite, nous développons la mondialisation des communications. Cela permet de comprendre le cadre dans lequel les industries culturelles doivent aujourd'hui évoluer, et les répercussions qu'a le marché sur la diversité des biens culturels. Puis, nous expliquons comment la télévision généraliste peut être un catalyseur de la diversité culturelle en favorisant la création de liens sociaux entre les différentes communautés culturelles au sein d'une même société. Ainsi, nous serons en mesure de mieux comprendre la pertinence de notre analyse de la programmation de six chaînes généralistes canadiennes que nous détaillons dans le Chapitre 3 du mémoire intitulé Présentation de la méthodologie. Par la suite, nous traçons l'évolution du concept de diversité culturelle, depuis l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) de 1947. Enfin, nous exposons la définition de la «diversité culturelle» telle qu'elle est proposée par l'UNESCO dans le texte de la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* de 2001 et de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de 2005.

Le troisième chapitre présente la méthodologie que nous utilisons dans notre mémoire de maîtrise. Celle-ci va nous permettre de confirmer ou d'infirmer notre hypothèse de recherche. Nous présentons d'abord les techniques d'enquête et de collecte de données que nous utilisons : approche historique, recherche documentaire et analyse de contenu mixte (qualitative et quantitative). Ensuite, nous présentons le terrain de recherche sur lequel nous travaillons. Il est divisé en trois volets. Le premier volet présente le cadre législatif et réglementaire canadien ainsi que les programmes financiers des gouvernements du Canada et du Québec concernant la diversité culturelle. Le deuxième volet porte un regard sur l'offre télévisuelle du secteur médiatique privé canadien quant à la promotion de

la diversité culturelle canadienne. Enfin, le troisième volet fait la présentation de la méthodologie que nous employons pour notre analyse de contenu dont l'objectif est d'analyser la présence (ou non) de la diversité culturelle dans la programmation de six chaînes généralistes canadiennes: Ici Radio-Canada Télé, TVA, Télé-Québec, CBC, CTV, et Global.

Le quatrième chapitre de notre mémoire présente l'analyse de contenu décrite dans le Chapitre 3 - Présentation de la méthodologie. Nous mentionnons d'abord quelques études réalisées par différents chercheurs qui s'apparentent à notre analyse de contenu. Ensuite, nous présentons les émissions à l'étude. Pour chacune d'elle, nous décrivons brièvement leurs caractéristiques en regard des quatre catégories de notre grille d'analyse: *Présence de diversité culturelle canadienne*, *Thèmes qui touchent les communautés culturelles*, *Personnages principaux, secondaires ou figurants* et *Personnages stéréotypés*. Ces données sont à la base des conclusions que nous tirons dans le Chapitre 5 intitulé *Présentation des résultats*.

Le cinquième chapitre de notre mémoire présente les résultats de l'ensemble de notre recherche. Nous décrivons d'abord les résultats de chaque chaîne avant de comparer les chaînes entre elles. Ensuite, nous développons quelques réflexions supplémentaires quant aux résultats obtenus. Puis, nous répondons à notre question et à notre hypothèse de recherche et nous commentons ce résultat. Enfin, nous établissons les limites de notre étude.

Pour terminer, nous faisons un retour sur l'ensemble de ce qui est présenté dans notre mémoire de maîtrise et nous apportons quelques pistes de solution aux nouvelles problématiques soulevées par nos résultats.

CHAPITRE I

PRÉSENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE

Le premier chapitre présente la problématique de notre mémoire de maîtrise. Nous présentons d'abord les caractéristiques de la relation entre le commerce et la culture. Plus spécifiquement, il sera question de la double dimension des biens culturels, identitaire et économique, et de la menace que peut avoir le commerce sur l'expression des identités culturelles. Ensuite, nous abordons la question de la relation entre la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005 et les autres instruments internationaux, plus particulièrement l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Enfin, nous énonçons notre question de recherche, notre hypothèse de recherche et faisons valoir la pertinence de notre sujet pour le domaine de la communication.

1.1 La relation commerce/culture

La fin des années 1990 marque un profond changement dans la façon de concevoir la relation entre le commerce et la culture. Selon le professeur québécois de droit Ivan Bernier, «[...] la préservation des identités culturelles cesse d'être envisagée exclusivement comme un problème d'exception aux accords commerciaux pour devenir graduellement un objectif en soi au plan culturel.» (Bernier, 2003, p.5). Ainsi, les tenants de la protection des identités culturelles se tournent vers l'UNESCO afin de promouvoir la diversité culturelle². Comme l'explique l'ancien ambassadeur français à l'UNESCO, Jean Musitelli, l'objectif poursuivi est «[...] l'affirmation de la diversité culturelle comme un principe non moins légitime que la liberté du commerce.» (Musitelli, 2005, p.515). Ces propos rejoignent ceux

² Nous traçons le portrait de l'évolution du concept de diversité culturelle dans le *Chapitre 2- Présentation du cadre théorique*.

du professeur de droit à l'Université de Lucerne, Christoph Beat Graber, qui affirme que «[...] *the protection of cultural diversity must be placed in the hierarchy of international law on the same level as the protection of economic goals.*» (Graber, 2006, p.565). Quels sont les motifs derrière cette volonté de concevoir la diversité culturelle à l'extérieur des accords économiques? Il existe deux raisons principales: la double dimension des biens culturels, identitaire et économique, et la menace que fait peser le commerce sur l'expression des identités culturelles.

1.2 La double dimension des biens culturels

L'article 11 de la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* de l'UNESCO de 2001 stipule que «Les seules forces du marché ne peuvent garantir la préservation et la promotion de la diversité culturelle, gage d'un développement humain durable.» (UNESCO, 2001, p.5). Cela est dû, stipule l'article 8, «[...] à la spécificité des biens et services culturels qui, parce qu'ils sont porteurs d'identité, de valeurs et de sens, ne doivent pas être considérés comme des marchandises ou des biens de consommation comme les autres.» (*ibid.*). La double dimension des biens culturels est un concept qui est repris par plusieurs auteurs dans les années 2000 dont l'économiste française Joëlle Farchy et Christoph Beat Graber.

Farchy conçoit les biens culturels comme étant «Plus que des marchandises, ce sont des valeurs, une certaine vision du monde [...]» (Farchy, 2004, p.70). Dans le même ordre d'idées, Graber note la «[...] *dual nature of cultural goods, which can be viewed as both cultural expressions and tradable products.*» (Graber, 2006, p.573). C'est en raison de cette double dimension des biens culturels (l'une de valeurs et d'identité, l'autre commerciale) que le marché seul ne peut en régir le commerce. Puisque la circulation des biens culturels est quand même intimement liée au marché, certains pensent que l'expression des identités culturelles est menacée, comme nous le voyons dans la section suivante.

1.3 Les identités culturelles face au commerce

La diversité des expressions culturelles est menacée et ce, pour deux raisons. D'abord, comme l'expliquent Ivan Bernier et Hélène Ruiz Fabri, «[...] l'originalité et la pluralité des identités caractérisant les groupes et les sociétés qui composent l'humanité sont mises à mal par un processus de libéralisation des échanges [...]» (Bernier et Fabri, 2002, p.23). Ensuite la diversité des expressions culturelles est menacée «[...] en raison de l'impact que la libéralisation des échanges a sur la capacité des États de maintenir une expression culturelle distincte, ces derniers étant empêchés d'adopter des normes qui entravent [...] la circulation des biens et services culturels.» (*ibid.*). Ainsi, les interventions gouvernementales telles que «[...] les subventions, les quotas, les restrictions à l'investissement étranger, les mesures réglementaires, etc.» (*ibid.*, p.24) sont constamment remises en question lors des négociations entourant les accords commerciaux.

Un autre impact de la libéralisation des échanges est la formation de grands conglomérats médiatiques qui dominent le marché des communications et de la culture³. Plusieurs auteurs sont d'avis que ce phénomène menace la diversité des expressions culturelles.

Pour l'anthropologue canadien Jean Tardif et Joëlle Farchy, la concentration médiatique peut être comparée à «[...] un système multimédia qui déploie ses réseaux à l'échelle planétaire et tend à intégrer tous les messages dans un modèle commun qui annexe la plupart des expressions culturelles.» (Tardif et Farchy, 2006, p.79). Plus encore, «Le champ médiatique met en présence des représentations du monde dont sont porteuses les sociétés dans des conditions d'inégalité structurelle créées par l'oligopole des médias globaux [...]» (*ibid.*, p.88-89). Pour Tardif et Farchy, la structure oligopolistique des médias entraîne une homogénéisation culturelle et une «[...] marginalisation insidieuse des autres espaces géoculturels en regard de l'hyperculture globalisante⁴ [...]» (*ibid.*, p.92). Cette

³ Nous abordons davantage le phénomène de la concentration médiatique dans le *Chapitre 2 - Présentation du cadre théorique*.

⁴ Tardif et Farchy définissent l'hyperculture globalisante comme étant «[...] une construction symbolique qui, comme tout phénomène culturel, affecte les divers volets de l'activité sociale. Elle

situation est préoccupante parce qu'«En cherchant à réduire leurs coûts par des économies d'échelle ou à accroître leurs parts de marché, les [oligopoles] risquent de mettre en danger la diversité.» (*ibid.*, p.126). Bref, en jouant le jeu du marché, les conglomérats médiatiques menacent la diversité des expressions culturelles.

De son côté, Christoph Beat Graber reprend l'une des conclusions du rapport *Notre diversité créatrice*, publié par la *World Commission on Culture and Development* de l'ONU en 1995: «[...] the report highlighted the threat of a homogenization of traditional cultures under the pressure of globalizing media markets.» (Graber, 2006, p.557). Ainsi, ce rapport annonce dès 1995 une homogénéisation culturelle due à la concentration médiatique, phénomène également observé par Tardif et Farchy onze ans plus tard.

Enfin, les chercheurs canadiens Guy Lachapelle et Bruno Maltais notent que «[...] la reproduction est souvent plus rentable que la création de nouveaux produits, [ainsi], la diversité des expressions culturelles, qui illustre la pluralité des identités, s'appauvrit.» (Lachapelle et Maltais, 2005, p. 144). En d'autres mots, la reproduction de biens culturels permet aux conglomérats médiatiques de faire des économies d'échelle. Toutefois, cela ne favorise pas l'épanouissement de la diversité des expressions culturelles.

Nous venons d'aborder la relation entre commerce et culture. Maintenant, nous allons voir comment la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005 cohabite avec l'OMC sur la scène mondiale.

crée une nouvelle dynamique d'interactions entre deux pôles actifs : un espace virtuel ouvert qui offre un répertoire constamment renouvelé d'images de vedettes et de récits, de plus en plus largement accessible, et dans lequel des individus de plus en plus nombreux peuvent puiser des éléments d'identification qu'ils vont agencer pour construire leurs histoires personnelles. Elle répond ainsi au besoin de sens que ne fournissent plus les institutions traditionnelles et sur lequel le marché est muet.» (Tardif et Farchy, 2006, p.73).

1.4 La relation entre la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005 et l'Organisation mondiale du commerce (OMC)

La relation entre la Convention de l'UNESCO et l'OMC est principalement dictée par les articles 20 et 21 de la Convention (Relations avec les autres instruments).

L'article 20 énonce que :

1. Les Parties reconnaissent qu'elles doivent remplir de bonne foi leurs obligations en vertu de la présente Convention et de tous les autres traités auxquels elles sont parties. Ainsi, sans subordonner cette Convention aux autres traités,

(a) elles encouragent le soutien mutuel entre cette Convention et les autres traités auxquels elles sont parties ; et

(b) lorsqu'elles interprètent et appliquent les autres traités auxquels elles sont parties ou lorsqu'elles souscrivent à d'autres obligations internationales, les Parties prennent en compte les dispositions pertinentes de la présente Convention.

2. Rien dans la présente Convention ne peut être interprété comme modifiant les droits et obligations des Parties au titre d'autres traités auxquels elles sont parties. (UNESCO, 2005, p.10).

En d'autres mots, l'article 20 illustre «[...] la volonté de la vaste majorité des États d'exclure tout lien de subordination entre la Convention et les autres traités auxquels ils sont parties sans pour autant remettre en cause les engagements pris aux termes de ces derniers.» (Bernier, 2009, p.1). Plus précisément, l'article 20 1.a) affirme «[...] l'égalité légitimité des préoccupations non commerciales et des préoccupations commerciales en ce qui a trait à la réglementation internationale.» (*ibid.*, p.3). Bref, l'article 20 est «[...] une disposition interprétative qui vise à clarifier le lien entre la Convention et les autres instruments internationaux.» (*ibid.*, p.23).

De son côté, l'article 21 de la Convention énonce que «Les Parties s'engagent à promouvoir les objectifs et principes de la présente Convention dans d'autres enceintes internationales. À cette fin, les Parties se consultent, s'il y a lieu, en gardant à l'esprit ces objectifs et ces principes.» (UNESCO, 2005, p.11). Ainsi, l'article 21 est «[...] une disposition opérationnelle qui a pour but d'encourager et d'appuyer la prise en compte des objectifs et

des principes de la Convention dans les autres enceintes internationales.» (Bernier, 2009, p.23). Bien que l'article se fie à la bonne foi des Parties, «[...] il ne s'agit pas d'un engagement optionnel.» (*ibid.*, p.18).

À la lumière de la problématique développée précédemment, nous énonçons notre question de recherche, notre hypothèse de recherche et faisons valoir la pertinence de notre sujet pour le domaine de la communication.

1.5 Question de recherche, hypothèse et pertinence communicationnelle

Comme nous avons pu le constater précédemment, la diversité des expressions culturelles est menacée par la libéralisation des échanges économiques et par les différents accords commerciaux mondiaux. La Convention de l'UNESCO est en ce sens un contrepoids à l'OMC parce qu'elle «[...] réaffirme, [à son article premier], le droit souverain des États de conserver, d'adopter et de mettre en œuvre les politiques et mesures qu'ils jugent appropriées pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles sur leur territoire.» (UNESCO, 2005, p.3).

Notre étude vise à déterminer si le Canada, premier pays à avoir ratifié la Convention, favorise l'épanouissement de la diversité culturelle ici, au Canada et au Québec, par des lois, des règlements, des politiques et des programmes. En effet, pour être un promoteur de la diversité culturelle et pour donner suite à leurs engagements internationaux, le Canada et le Québec doivent promouvoir la diversité culturelle au sein du pays. Notre question de recherche peut donc s'articuler ainsi: Le Canada et le Québec font-ils une promotion efficace de la diversité culturelle dans les médias canadiens et québécois⁵?

L'utilisation du mot *efficace* dans notre question de recherche suggère que la Constitution canadienne, les lois canadiennes, le Conseil de la radiodiffusion et des

⁵ Le média privilégié pour notre étude est la télévision conventionnelle.

télécommunications canadiennes (CRTC), les programmes financiers gouvernementaux à la production télévisuelle et l'offre des câblodistributeurs canadiens donnent les moyens aux Canadiens d'observer la représentation de la diversité culturelle canadienne dans la programmation et le contenu des émissions télévisuelles.

À l'heure actuelle, nous faisons l'hypothèse que, de manière générale, le Canada et le Québec offrent des conditions favorables à la protection et la promotion de la diversité culturelle. Cette hypothèse est d'abord motivée par la présence de lois et de règlements canadiens qui reconnaissent la diversité culturelle comme un acquis important à préserver pour le bénéfice des générations actuelles et futures. De plus, les gouvernements canadiens et québécois ont des programmes financiers de soutien à la production télévisuelle. Il reste à voir si toutes ces initiatives permettent réellement de favoriser la promotion de la diversité culturelle dans les médias canadiens et québécois.

Nous estimons que notre étude est pertinente pour le domaine de la communication et ce, pour deux raisons.

Une première raison concerne le lien étroit entre culture et identité dans un contexte de mondialisation. Comme nous le rappelle la philosophe française et professeure de sociologie à l'Université Montaigne - Bordeaux 3, Anne-Marie Laulan, «Toutes les sociétés, sans aucune exception, se trouvent prises en tenaille entre la logique de l'affirmation identitaire et celle de la mondialisation [...]» (2008, p.76). Dans le cas qui nous concerne, cette affirmation revêt un double sens.

D'une part, au Québec, le statut de minorité francophone en Amérique du Nord exige certaines mesures pour protéger et promouvoir cette spécificité linguistique face à la culture anglophone dominante partout ailleurs sur le continent. D'autre part, le Canada anglophone doit pouvoir concurrencer un acteur très puissant dans la diffusion de sa culture, c'est-à-dire les États-Unis. Cette situation trouve son origine bien avant la libéralisation des échanges commerciaux des années 1970. En effet, elle date du début des années 1920 alors que la concurrence américaine a entre autres poussé les dirigeants

canadiens à créer un système de radiodiffusion public pour se protéger de l'influence américaine sur son territoire (Raboy, 1999). Ainsi, de la même façon que le Québec promeut sa culture francophone face à la culture anglophone d'Amérique du Nord, le Canada fait valoir sa culture face au géant américain. Bien que de grands progrès aient été fait en la matière depuis la Commission Aird de 1929, laquelle «[...] avait proposé la nationalisation de la radio et son organisation selon le principe d'un service public» (*ibid.*, p.1) pour résister à la concurrence américaine, cette question est toujours d'actualité. Nous n'avons qu'à constater le nombre élevé de productions américaines offertes sur les chaînes de télévision canadiennes pour saisir toute l'importance de cet enjeu.

Finalement, une deuxième raison pour faire valoir la pertinence de notre étude réside dans l'augmentation de l'immigration au Canada et au Québec. Cette situation provoque un défi d'intégration des nouveaux arrivants dans une société qui se veut tolérante et accueillante envers l'«Autre». En ce sens, nous pouvons envisager qu'un système de radiodiffusion qui présente un portrait adéquat de la diversité culturelle canadienne est un facteur d'intégration efficace pouvant améliorer la cohabitation entre groupes majoritaires et minoritaires, comme l'affirme Dominique Wolton dans son livre *Penser la communication* (1997)⁶.

⁶ Nous abordons plus en détails le lien entre la télévision généraliste et une bonne intégration des minorités ethnoculturelles dans le *Chapitre 2 - Présentation du cadre théorique*.

CHAPITRE II

PRÉSENTATION DU CADRE THÉORIQUE

Le deuxième chapitre présente le cadre théorique de notre mémoire de maîtrise. Nous abordons d'abord la mondialisation économique et financière des années 1980 avant de présenter la thèse de la résurgence des nationalismes et de l'État-nation comme une conséquence possible de la mondialisation économique et financière. Ensuite, nous développons la mondialisation des communications⁷. Cela permet de comprendre le cadre dans lequel les industries culturelles doivent aujourd'hui évoluer et les répercussions qu'a le marché sur la diversité des biens culturels.

Puis, nous expliquons comment la télévision généraliste peut être un catalyseur de la diversité culturelle en favorisant la création de liens sociaux entre les différentes communautés culturelles au sein d'une même société. Ainsi, nous serons en mesure de mieux comprendre la pertinence de notre analyse de la programmation de six chaînes généralistes canadiennes que nous détaillons dans le Chapitre 3 intitulé Présentation de la méthodologie.

Par la suite, nous traçons l'évolution du concept de diversité culturelle depuis l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) de 1947. Enfin, nous exposons la définition de la «diversité culturelle» telle qu'elle est proposée par l'UNESCO dans le texte de la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* de 2001 et de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de 2005.

⁷ La mondialisation des communications est intimement liée à celle de l'économie, comme nous le voyons au point 2.3 du présent chapitre.

2.1 La mondialisation économique

Bien que certains⁸ considèrent l'expansion du capitalisme au 14^e siècle comme l'une des premières formes de mondialisation (Michalet, 2002, p.14), notre étude de ce phénomène se limite au 20^e et 21^e siècle. C'est durant cette période que la mondialisation économique a subi ses plus grandes transformations, aidée par un contexte politique et technologique favorable.

Selon l'économiste français Charles-Albert Michalet, il existe trois grandes configurations à la mondialisation: la configuration internationale, la configuration multinationale et la configuration globale.

2.1.1 La configuration internationale

La configuration internationale de la mondialisation s'amorce avec l'accord de Bretton Woods de 1944 et prend fin avec le début des années 1960 (*ibid.*, p.51). L'accord donne naissance à d'importantes institutions économiques : le Fonds Monétaire International (FMI), la Banque mondiale et l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT). L'objectif de ces nouvelles institutions est d'instaurer un système de paiement international avec le dollar américain (FMI), de favoriser le développement et la remise sur pied des économies détruites par la deuxième Guerre (Banque mondiale) et de «[...] libéraliser les échanges sur une base multilatérale [...]» (GATT) (*ibid.*, p.52).

Cette configuration de la mondialisation repose sur trois facteurs: un État-nation fort, l'immobilité des facteurs de production et le libre-échange (*ibid.*, p.39). L'État-nation est puissant car «Pour le consensus de Bretton Woods, les "forces du marché" [...] sont encore étroitement encadrées par l'interaction des États.» (*ibid.*, p.55). De plus, l'immobilité des facteurs de production suggère que ces activités sont concentrées «[...] dans les territoires nationaux d'origine [...]» (*ibid.*, p.31), c'est-à-dire que la production n'est pas

⁸ Mentionnons l'historien français Fernand Braudel et le sociologue américain Immanuel Wallerstein, principaux théoriciens du concept d'«économie-monde».

délocalisée. Enfin, le libre-échange est encouragé par un grand nombre d'États-nations via les institutions de Bretton Woods. Il est favorisé par l'abaissement progressif des tarifs douaniers et des barrières protectionnistes entre les pays.

2.1.2 La configuration multinationale

La deuxième configuration de la mondialisation selon Michalet est la configuration multinationale. Elle débute dans les années 1960 et prend fin au début des années 1980. Cette période est caractérisée par la «[...] place dominante occupée par la dimension des investissements directs à l'étranger.» (*ibid.*, p.57). Ces investissements sont effectués par des firmes multinationales qui deviennent plus influentes que les États-nations dans les relations économiques mondiales. D'ailleurs, après 1960, les investissements directs à l'étranger sont plus nombreux que les échanges commerciaux (*ibid.*).

Une autre caractéristique de la configuration multinationale est la délocalisation de la production qui «[...] constitue un moyen de passer par-dessus les barrières protectionnistes.» des États (*ibid.*, p.60). Ainsi, les firmes multinationales peuvent bénéficier de mesures fiscales souvent plus avantageuses que dans leur pays d'origine. Une autre façon de réduire les coûts de production est «[...] l'utilisation d'une main d'œuvre bon marché [...]» (*ibid.*, p.63). Dans le cas d'entreprises délocalisées, la main d'œuvre est sélectionnée parmi les habitants du pays d'adoption de l'entreprise. Les salaires (et les avantages sociaux) y sont beaucoup moins élevés que si la production était demeurée dans le pays d'origine, ce qui constitue d'importantes économies pour la firme multinationale. La mobilité de la main d'œuvre est également encouragée entre les différents pays où sont produits les biens de consommation.

Enfin, le marché mondial est le théâtre d'une concurrence oligopolistique, c'est-à-dire qu'il n'existe qu'«[...] un petit nombre d'offreurs sur chaque marché.» (*ibid.*, p.59). Nous abordons plus en détails les particularités de la concurrence sur le marché des

communications et des industries culturelles dans la section 2.3 sur la mondialisation des communications.

2.1.3 La configuration globale

La troisième configuration de la mondialisation selon Michalet est la configuration globale. Elle prend forme au début des années 1980 et n'est toujours pas achevée à ce jour. Cette configuration est caractérisée par «[...] le primat de la dimension de la circulation des capitaux financiers [...]» (*ibid.*, p.95) et par la «[...] dérèglementation [...] pour permettre l'épanouissement des lois du marché.» (*ibid.*, p.100). Dans cette configuration, les acteurs privés deviennent plus importants que les acteurs publics. En fait, «[...] avec la configuration globale, ce sont les États qui vont se faire concurrence pour attirer les investissements étrangers sur leur territoire.» (*ibid.*, p.110). Ainsi, la régulation de cette configuration de la mondialisation est assurée par les marchés, ne laissant que peu d'influence aux acteurs publics.

La configuration globale de la mondialisation a été encouragée par les politiques néolibérales de Margaret Thatcher et de Ronald Reagan, respectivement à la tête du Royaume-Uni et des États-Unis au début des années 1980. Ces politiques consistent d'une part à déréglementer le marché et à diminuer l'interventionnisme étatique afin de réduire les barrières au libre-échange. Elles favorisent d'autre part la privatisation des entreprises publiques et la diminution des impôts.

La configuration globale de la mondialisation suggère la mort de l'État-nation comme acteur influent dans le système économique mondial. Certains observent toutefois l'effet contraire, soit le retour en force de l'État-nation suite à la fin de la Guerre froide. C'est notamment le cas de l'économiste français Alain Minc, du sociologue allemand Ulrich Beck et du sociologue français Michel Wieviorka. Nous abordons leur thèse dans la section suivante.

2.2 L'antithèse de la mondialisation: le retour en force de l'État-nation

La chute du communisme, symbolisée par l'effondrement du mur de Berlin serait, selon Alain Minc, l'événement marquant du retour en force de l'État-nation. Premièrement, la chute du bloc soviétique met fin à la division du monde selon un axe bipolaire opposant l'Est à l'Ouest, l'Union soviétique aux États-Unis (Minc, 1991, p.9). Ce faisant, nous assistons à l'émergence de puissances régionales, celles-ci n'étant plus soumises au carcan bipolaire de la Guerre froide (*ibid.*, p.214-215). Ainsi, la fin des relations internationales selon un monde bipolaire permet le retour en force du nationalisme et de l'État-nation. Pour Minc, le meilleur exemple de ce nationalisme d'après Guerre froide est l'implosion de la Yougoslavie (*ibid.*, p.219).

Deuxièmement, avec la chute de l'idéologie communiste, «[...] la quête d'identité se joue désormais sur la nationalité et non plus sur la position sociale.» (*ibid.*, p.15). En effet, l'idéologie capitaliste ayant triomphé sur le communisme, la question de la lutte des classes est laissée de côté pour faire place à la nation comme principal facteur identitaire. Par ailleurs, Minc note qu'il est naturel de se replier sur sa nation dans un contexte d'après Guerre froide où l'immigration est en forte hausse (*ibid.*, p.204). L'État-nation doit alors repenser la question de l'intégration des communautés culturelles, en regard des valeurs de la société d'accueil. Minc donne l'exemple du modèle français d'intégration des immigrants comme manifestation d'«[...] une société qui oscille entre un malaise général et une paranoïa particulière, liée en l'occurrence à l'immigration.» (*ibid.*, p.209).

Enfin, pour résumer la thèse d'Alain Minc, mentionnons que la fin du monde bipolaire issu de la Guerre froide et le triomphe du capitalisme sur le communisme sont deux éléments contribuant au retour de l'État-nation et du nationalisme dans les relations internationales. Ces facteurs politiques seront, selon Minc, plus déterminants que les facteurs économiques dans la redéfinition du monde post Guerre froide: «Après une période froide de l'Histoire pendant laquelle l'économie représentait, seule, le mouvement, s'ouvre à nouveau une période chaude qui verra le politique reprendre le dessus. (*ibid.*, p.239).

Dans le même ordre d'idées, le sociologue allemand Ulrich Beck définit les *stratégies d'indispensabilité* des États à l'heure de la mondialisation. Ces stratégies «[...] essaient de lutter contre une politique néolibérale défaitiste en revivifiant la foi dans le principe suivant et l'expérience de ce même principe : sans politique, rien n'est possible.» (Beck, 2003, p.322). En d'autres mots, «[...] les stratégies d'indispensabilité renouvellent le monopole de la politique vis-à-vis de l'économie mondiale [...]» (*ibid.*, p.337), c'est-à-dire qu'elles veulent:

Réaffirmer le primat de la politique à l'ère de la mondialisation, non pas en transformant l'État et la politique en un prolongement instrumental de l'économie mondiale, mais justement en faisant l'inverse, c'est-à-dire en réactivant la différence entre la politique et l'économie, et en réaffirmant le monopole de l'État et de la politique sur toutes les décisions qui engagent le collectif [...] (*ibid.*, p.321).

Parallèlement, le sociologue français Michel Wieviorka est d'avis que l'État-nation tente un repli sur lui-même et ce, pour des raisons culturelles : «[...] la mondialisation, par la menace qu'elle fait peser sur les cultures existantes, sur les identités, en particulier nationales [...] entraînerait des réactions de repli, de fermeture. Elle est facteur, notamment, d'appels au renforcement de la nation et de son État [...]» (Wieviorka, 2003, p. 82).

Ce retour de l'État-nation observé par Minc, Beck et Wieviorka s'inscrit dans la foulée des revendications de plusieurs pays pour la pleine reconnaissance de la diversité culturelle comme un objectif à atteindre en soi et agissant comme un contrepoids à la mondialisation. Nous détaillons ces revendications ultérieurement dans notre cadre théorique. Pour l'instant, nous abordons la mondialisation des communications. Cela permet de comprendre le cadre dans lequel les industries culturelles doivent aujourd'hui évoluer et les répercussions qu'a le marché sur la diversité des biens culturels.

2.3 La mondialisation des communications

La mondialisation des communications est intimement liée à celle de l'économie. En effet, selon le sociologue belgo-français Armand Mattelart, «Le principe du libre flux de

l'information [n'est] qu'un corollaire de celui de la libre circulation des marchandises et de la main-d'œuvre.» (Mattelart, 2008, p.10). Ainsi, pour Mattelart, le libre-échange est une condition préalable à la mondialisation des communications.

Les premiers balbutiements d'une communication mondiale sont survenus au 19^e siècle avec l'invention du télégraphe électrique (*ibid.*, p.11). En raison de sa capacité à traverser facilement les frontières, l'Union télégraphique internationale est créée en 1865 afin d'en encadrer l'utilisation. D'autres innovations technologiques du 19^e siècle témoignent de la redéfinition des communications à l'échelle mondiale: la création de l'heure universelle⁹ et les horaires de train (*ibid.*, p.13-14).

Au 20^e siècle, l'arrivée de la radio transforme profondément la communication mondiale. En effet, celle-ci se trouve au centre des «[...] stratégies d'internationalisation de la propagande gouvernementale.» (*ibid.*, p.52). En d'autres mots, la radio joue un rôle important dans les enjeux géopolitiques et militaires que sont la Deuxième Guerre mondiale et la Guerre froide. Au début des années 1950, la Guerre froide est également marquée par une course à l'espace entre les États-Unis et l'Union soviétique (*ibid.*, p.59). Cela aura comme effet la mise en orbite de satellites autour de la planète avec comme dessein «[...] d'établir un système de liaisons mondiales.» (*ibid.*).

La mondialisation des communications s'accélère véritablement avec la configuration multi-nationale et globale telles qu'expliquées précédemment par Michalet. Les changements politiques et économiques survenus lors de ces configurations favorisent l'avènement d'un phénomène nouveau, soit la concentration de la propriété des entreprises de communication. Ce phénomène a notamment été étudié par la Commission internationale d'étude des problèmes de la communication de l'UNESCO. La Commission, présidée par l'Irlandais Sean MacBride, fondateur d'Amnistie Internationale et prix Nobel de la paix en 1974, a déposé le rapport *Voix multiples, un seul monde* en 1980 pour faire état

⁹ Il s'agit du découpage du globe en 24 fuseaux horaires pour mieux synchroniser les heures locales. Cette avancée est une conséquence directe de l'expansion du réseau de chemins de fer en Europe.

des problèmes mondiaux des communications. Le rapport définit entre autres ce qu'est la concentration:

Cette concentration s'opère dans trois directions: (a) intégration horizontale et verticale d'entreprises participant à l'information et le divertissement ; (b) participation d'entreprises appartenant à des branches industrielles différentes et intéressés à l'expansion des médias (chaînes d'hôtels ou de restaurants, compagnies aériennes, constructeurs d'automobile ou compagnies minières intéressées à la presse, à la production de films et même au théâtre) ; (c) fusion et interpénétration de diverses industries de l'information (création de grands conglomerats multimédias). (UNESCO, 1980, p. 128).

Ainsi, les industries de la culture, de l'information et des médias ont tendance à former des oligopoles qui dominent le marché des communications. En d'autres mots, «[...] l'industrie de la communication est dominée par un nombre relativement réduit de sociétés intégrant l'ensemble des aspects de la production et de la distribution [...]» (*ibid*, p.137).

Dans le même ordre d'idées, le professeur américain Robert W. McChesney est d'avis que le *Telecommunications Act*, adopté par le gouvernement américain en 1996, a une portée mondiale car il permet aux entreprises américaines «[...] d'élargir leurs activités "sans avoir à se soucier de la moindre contrainte imposée par une réglementation" et donne le feu vert à la consolidation accrue du marché mondial que ces compagnies dominent.» (Centre d'études sur les médias (CEM), 2001, p.16). Armand Mattelart résume bien le mouvement de propriété de ces entreprises: «À une première vague de concentrations par acquisitions-fusions au cours des années 1980, en a succédé une autre dans la décennie suivante, stimulée par les promesses de la numérisation symbolisée par les autoroutes de l'information¹⁰.» (Mattelart, 2008, p.93).

¹⁰ Mattelart fait référence au projet de *Global Information Infrastructure* supporté par l'ex vice-président américain Al Gore. Ce dernier déclare en 1994 aux membres de l'Union internationale des télécommunications: «L'objectif est d'assurer un service universel qui soit accessible à tous les membres de nos sociétés et ainsi permettre une espèce de conversation globale dans laquelle chaque personne qui le veut peut dire son mot... la *Global Information Infrastructure* (GII) ne sera pas seulement une métaphore de la démocratie en fonctionnement ; elle encouragera dans la réalité le fonctionnement de la démocratie en rehaussant la participation des citoyens à la prise de décisions. J'y vois un nouvel âge athénien de la démocratie forgée dans les forums que la GIJ créera.» (Mattelart, 2008, p.98-99).

Bien que la révolution démocratique imaginée par l'ex vice-président américain Al Gore ne se soit pas concrétisée comme il le pensait, il est indéniable que les réseaux numériques et Internet permettent aux conglomérats de la communication d'intégrer horizontalement et verticalement leurs activités. En ce sens, ces nouvelles technologies sont au cœur des stratégies de concentration des entreprises de la communication.

Chez nous, au Québec et au Canada, la concentration n'a pas épargné nos industries médiatiques. Au Québec, en 2010, Québecor détenait 41.81% du tirage des journaux quotidiens alors que son rival Power Corporation (via Gesca) en possédait 33.28% (CEM, 2012, p.3). La concentration du marché est encore plus marquée si l'on ne tient compte que des quotidiens francophones: 48,46% pour Québecor et 38,58% pour Power Corporation (*ibid.*). Au Canada, en 2011, Postmedia Network accaparait 29% des parts du marché des journaux quotidiens payants, suivi par Québecor/Sun Media/Osprey Media avec 23% (*ibid.*, p.6). Cette concentration de la presse au Québec et au Canada témoigne de la tendance mondiale à la concentration des entreprises œuvrant dans le domaine de la culture et des communications.

L'objectif de cette section sur la mondialisation économique et la mondialisation des communications est d'expliquer le contexte dans lequel doivent aujourd'hui évoluer les industries culturelles. En résumé, celles-ci doivent adopter des stratégies d'affaires pour demeurer concurrentielles à l'échelle mondiale. Toutefois, ces stratégies menacent la diversité des expressions culturelles, comme l'ont mentionné Bernier, Farchy, Graber, Lachapelle, Maltais, Ruiz Fabri et Tardif.

Dans la section suivante, nous expliquons comment la télévision généraliste peut être un catalyseur de la diversité culturelle en favorisant la création de liens sociaux entre les différentes communautés culturelles au sein d'une même société. À cet effet, nous serons en mesure de mieux comprendre la pertinence de notre analyse de la programmation de six chaînes généralistes canadiennes que nous détaillons dans le Chapitre 3 intitulé Présentation de la méthodologie.

2.4 La télévision généraliste: un facteur d'intégration à l'heure de la mondialisation des communications

Dans cette section, nous expliquons comment la télévision généraliste (le médium au cœur de notre étude) peut favoriser la diversité culturelle et devenir un facteur d'intégration et de création de lien social entre les différentes communautés culturelles d'une société.

Le chercheur français en communication, Dominique Wolton, se demande «[...] comment faire lien, par l'intermédiaire des médias généralistes publics ou privés, au sein de sociétés où les fractures et exclusions sociales sont fortes?» (Wolton, 1997, p.98). Plus encore, comment le faire à l'échelle nationale dans un contexte de mondialisation de la communication qui «[...] déstabilise encore un peu plus les identités nationales»? (*ibid.*).

Un élément de réponse est, selon lui, que «[...] la télévision généraliste est le média le plus adapté à l'hétérogénéité sociale de la société individualiste de masse.» (*ibid.*, p.101). En effet, celle-ci «[...] est la seule activité partagée par toutes les classes sociales et toutes les classes d'âge, faisant ainsi un lien entre tous les milieux.» (*ibid.*, p.97). En d'autres mots, «La force de la télévision est de constituer ce lien social et de le représenter.» (*ibid.*, p.98).

De plus, «Seule la télévision généraliste est apte à offrir à la fois cette égalité d'accès [...] et cette palette de programmes qui peut refléter l'hétérogénéité sociale et culturelle. [...] Elle oblige chacun à reconnaître l'existence de l'autre, processus indispensable dans les sociétés contemporaines confrontées aux multiculturalismes.» (*ibid.*, p.101-102). Ainsi, «[...] plus la télévision est un miroir permettant à la plus grande partie des catégories sociales de se retrouver, plus elle limite l'exclusion de populations qui se sentent déjà en marge de la société.» (*ibid.*, p.102).

Les arguments de Wolton peuvent se résumer ainsi:

L'idée essentielle dans la défense d'une télévision généraliste est la suivante: *reflet de l'hétérogénéité sociale, elle devient facteur d'intégration*. Et pas seulement d'intégration sociale et culturelle. Mais aussi d'intégration *nationale*. À l'heure de la mondialisation de la communication [...], les télévisions généralistes jouent un rôle capital d'identité nationale - elles sont même parfois [...] *parmi les seules à le faire.*» (*ibid.*, p.106-107).

Si la thèse de Wolton est exacte, les télévisions généralistes canadiennes au cœur de notre étude devraient présenter une programmation reflétant le caractère multiethnique du Canada. Ainsi, les télévisions généralistes constitueraient un vecteur important de la promotion de l'identité canadienne. C'est ce principe de défense des identités nationales qui est porté par les défenseurs de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelle* de 2005 de l'UNESCO.

Maintenant que ces bases théoriques sont établies, nous allons aborder l'évolution du concept de diversité culturelle dans le temps depuis l'accord du GATT. Nous voyons ainsi les différentes déclinaisons sémantiques que le concept aura eu en regard des négociations entourant l'adoption de différents accords commerciaux.

2.5 L'évolution du concept de diversité culturelle

2.5.1 L'article IV du GATT

La première forme d'«exception culturelle» que le monde ait connue se trouve dans le GATT. Selon le professeur canadien de communication Yves Théorêt, le GATT prévoit que «[...] les États signataires s'engagent notamment à renoncer à l'utilisation de mesures visant à limiter les importations de produits étrangers et à mettre fin à toutes les mesures et pratiques [...] qui [...] empêchent de tirer profit des avantages liés au jeu de la libre concurrence [...]» (Théorêt, 2008, p.19-20). Toutefois, comme le mentionnent l'anthropologue canadien Jean Tardif et l'économiste française Joëlle Farchy, l'article IV du GATT prévoit «[...] des "dispositions spéciales relatives aux films cinématographiques" et

autorise la réglementation quantitative intérieure sur les films cinématographiques sous la forme de contingentements à l'écran.» (Tardif et Farchy, 2006, p.284). En d'autres mots, les États membres du GATT ne peuvent utiliser de mesures protectionnistes pour favoriser leurs industries nationales; en revanche, ils peuvent, tel que le souligne l'avocate américaine Tina W. Chao, «[...] établir des quotas domestiques pour les films et allouer un pourcentage minimum de films locaux sur les écrans nationaux.¹¹» (Chao, 1996, p.1132). En résumé, le GATT ne prévoit aucune mesure de protection des industries audiovisuelles nationales. L'intervention dans ce domaine est laissée à la volonté des États membres, ceux-ci pouvant décider d'implanter des quotas de films étrangers selon le degré d'ouverture désiré de leur marché à la concurrence internationale.

À cette époque, la position américaine est diamétralement opposée à celle des membres de la Communauté économique européenne (CEE)¹². Ces derniers ont des revendications qui militent en faveur d'une plus grande protection des biens culturels sur le marché mondial, contrairement aux États-Unis qui défendent le principe de libre-concurrence. D'ailleurs, les Américains sont d'avis que la protection des biens culturels n'est que du protectionnisme déguisé, comme l'explique Tina W. Chao:

For many American commentators on the GATT, the notion that the European Union wanted to protect cultural identity was almost incomprehensible. [...] they were convinced that the European Union's insistence on a cultural exemption was really a guise for economic protectionism.» (ibid., p.1141-1142).

L'opposition entre Européens et Américains à ce sujet ne cesse de grandir avec le temps, comme nous le verrons dans les prochaines sections de ce chapitre.

2.5.2. L'exemption culturelle

Le Canada se joindra rapidement à l'Union européenne (UE) dans les revendications pour une exclusion des biens culturels des échanges commerciaux. En effet, selon Yves

¹¹ Traduction libre de l'auteur.

¹² La Communauté économique européenne (CEE) est l'un des ancêtres de l'Union européenne (UE).

Théorêt, le Canada démontre une vision opposée à celle des États-Unis quant à la place des biens culturels dans l'Accord de libre-échange (ALE) signé en 1989 par les deux pays (Théorêt, 2008, p.22). Au Canada, les milieux culturels ainsi que les gouvernements canadien et québécois font valoir que «[...] l'Accord porterait atteinte à la souveraineté culturelle canadienne.» (cité dans *ibid.*, p.23) puisque celui-ci remet en question les diverses mesures de soutien public à la culture. Pour satisfaire le Canada et ainsi sauver l'ALE, les États-Unis «[...] acceptent de reconnaître les mesures de soutien utilisées au Canada pour aider les industries culturelles et les différents biens et services culturels. [Ils] acceptent ainsi que soit incluse dans l'Accord une clause dite d'*exemption* culturelle (articles 2005 et 2012).» (*ibid.*), c'est-à-dire que les industries culturelles sont exclues de l'application des dispositions de l'ALE. L'ALE contient toutefois une clause de *rétorsion*, c'est-à-dire que «[...] si le Canada décide de se doter de nouvelles mesures pour protéger ses industries culturelles, les États-Unis, pour compenser les pertes subies, peuvent recourir à des mesures de représailles dans n'importe quel secteur de l'économie [...]» (*ibid.*, p.23-24). La mesure d'exemption culturelle présente dans l'ALE sera reconduite dans la signature de l'ALENA, en 1994, par le Canada, les États-Unis et le Mexique¹³.

2.5.3. L'exception culturelle

En 1986, le GATT est renégocié pour étendre la libéralisation des échanges aux services et aux droits de propriété intellectuelle¹⁴. Ce cycle de négociations, mieux connu sous le nom d'*Uruguay Round*, se termine en 1994 avec la création de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Parmi les services auxquels on veut étendre la libéralisation se trouve les biens culturels et l'audiovisuel. L'UE et le Canada se mobiliseront alors contre la libéralisation totale des biens culturels, incités par le précédent causé par la clause d'exemption culturelle présente dans l'ALE. Ainsi, ils décident de revendiquer «[...]

¹³ L'exemption culturelle s'applique seulement au commerce entre le Canada et les États-Unis, et entre le Canada et le Mexique (Théorêt, 2008, p.24).

¹⁴ La renégociation du GATT aboutit à la signature de l'Accord général sur le commerce des services (AGCS).

l'exception culturelle en vertu de laquelle [...] un traitement différent pourrait être réservé aux biens et services culturels [...]» (Tardif et Farchy, 2006, p.260).

Selon Armand Mattelart, «La thèse dite de *l'exception culturelle* s'oppose à l'extension des règles libérales du commerce international aux productions audiovisuelles.» (Mattelart, 2008, p.94). Dans le même ordre d'idées, Joëlle Farchy est d'avis que *l'exception culturelle* est «[...] la réponse politique d'un certain nombre de pays à l'application des principes libre-échangistes à la culture afin de maintenir une certaine diversité.» (Farchy, 2004, p.68). Pour elle, «[...] il devint clair que [l'application de l'AGCS au domaine culturel] conduirait à une remise en cause générale des systèmes de soutien élaborés en Europe.» (*ibid.*, p.67), mais aussi au Québec et au Canada.

En définitive, malgré la revendication de *l'exception culturelle*, «[...] il n'existe aucune clause d'exception culturelle ou audiovisuelle au titre de l'article 14 de l'AGCS relative aux exceptions générales.» (Tardif et Farchy, 2006, p.264). En fait, à l'instar de ce qui est prévu dans le GATT, les États signataires de l'AGCS ne peuvent que décider du degré d'ouverture souhaité de leur marché aux produits étrangers.

Le concept d'exception culturelle a plusieurs limites. D'abord, comme le souligne Jean Musitelli, il s'agit d'une notion défensive qui ne garantit aucune véritable protection au niveau juridique (Musitelli, 2005, p.513). Ensuite, *l'exception culturelle* est une notion peu mobilisatrice, les pays du Sud voyant dans ce débat une «[...] querelle de riches [...]» (*ibid.*). Finalement, l'exception ne porte que sur le cinéma et l'audiovisuel, laissant à eux-mêmes les autres catégories de services culturels. (*ibid.*).

C'est entre autres pour ces raisons que *l'exception culturelle* est laissée de côté en 1999, lors des négociations de l'OMC à Seattle. On lui préfère le concept de «diversité culturelle», concept moins défensif et protectionniste, plus consensuel et neutre. (Mattelart, 2008, p.99 ; Tardif et Farchy, 2006, p.266 ; Farchy, 2004, p.75).

Malgré cette avancée vers la diversité culturelle, le concept reste «[...] difficile à appréhender [...] en raison à la fois de son caractère polysémique et de la difficulté à la

mesurer.» (Tardif et Farchy, 2006, p.134). Les chercheurs Marie Kettlie André et Yves Théorêt le mentionnent également: «[...] *there is no consensus whatsoever on the word, and its meaning. "Cultural diversity" varies greatly and it is defined according to situations, contexts, phenomena, ideologies and perspectives.*» (UNESCO, 2013b, p,30). Cela n'empêche pas les chercheurs de proposer différentes définitions de la diversité culturelle.

Pour le professeur français Alain Kiyindou, «[...] *the term "cultural diversity" doesn't stand for the contrary of homogeneity, but rather as a synonym for dialog and shared cultures. Diversity comes with the sum of cultural differences.*» (ibid.). De son côté, DeWight R. Middleton propose cette définition de la diversité culturelle: «[...] *there is a great tendency to see groups of people in terms of their differences from us. They look different, act different, speak different language. When they say and do things that we do not like, we attribute it to who they are--- to the idea that they are different in an essential way*» (Middleton, 2003, p.63 cité dans UNESCO, 2013b, p,30).

Nous pourrions donner d'autres définitions du concept de diversité culturelle mais notre objectif est de démontrer que ce concept possède plusieurs sens et aucune définition ne fait l'unanimité. Pour contourner cette difficulté théorique, nous nous en tiendrons, dans notre mémoire, à la définition de la diversité culturelle selon la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de 2005 adoptée à l'UNESCO. Nous abordons les objectifs de la Convention et cette définition de la diversité culturelle dans la section suivante.

2.5.4 La diversité culturelle dans la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO de 2005

La *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de 2005 est en quelque sorte la suite de la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* de l'UNESCO, adoptée en 2001. La Déclaration universelle affirme à son premier article que la diversité culturelle est un patrimoine commun de l'humanité:

La culture prend des formes diverses à travers le temps et l'espace. Cette diversité s'incarne dans l'originalité et la pluralité des identités qui caractérisent les groupes et les sociétés composant l'humanité. Source d'échanges, d'innovation et de créativité, la diversité culturelle est, pour le genre humain, aussi nécessaire qu'est la biodiversité dans l'ordre du vivant. En ce sens, elle constitue le patrimoine commun de l'humanité et elle doit être reconnue et affirmée au bénéfice des générations présentes et des générations futures (UNESCO, 2001, p.4).

De son côté, la Convention, adoptée en 2005 à l'UNESCO, reconnaît l'importance des biens culturels pour l'humanité dans son préambule. Il y est inscrit que «[...] les activités, biens et services culturels ont une double nature, économique et culturelle, parce qu'ils sont porteurs d'identité, de valeurs et de sens et qu'ils ne doivent donc pas être traités comme ayant exclusivement une valeur commerciale» (UNESCO, 2005, p.2). À cet effet, la Convention garantit plusieurs avancées importantes. D'abord, «Cette convention est le premier document international à valeur juridique à statuer sur l'importance de la culture et de la diversité culturelle [...]» (Anghel, 2008, p.65). Plus concrètement, la Convention procure aux États le droit d'adopter les politiques culturelles de leur choix puisqu'elle «[...] est indépendante de l'OMC: le texte n'est pas subordonné à d'autres instruments de droit international [...]» (*ibid.*). Pour Armand Mattelart, «L'idée est d'assurer le droit des individus et des groupes de créer, de diffuser et d'avoir accès aux biens et services culturels tout en veillant à éviter que la protection de la diversité ne se fasse aux dépens de l'ouverture aux autres cultures.» (Mattelart, 2005, p.98). En d'autres mots:

Il s'agit de reconnaître le droit de chaque gouvernement à "prendre, sur son territoire, toute mesure législative, réglementaire et financière pour protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles, en particulier quand elles se trouvent en danger ou en situation vulnérable" [...]» (*ibid.*, p.99)

Mais le véritable enjeu de cette Convention réside dans l'importance que «[...]la diversité culturelle devienne, au-delà de la volonté politique et de la théorie, un concept politique durable, une véritable pratique, une réalité dans les programmes politiques[...]» (Anghel, 2008, p.67).

La Convention définit la diversité culturelle à l'article 4:

[la] «Diversité culturelle» renvoie à la multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression. Ces expressions se transmettent au sein des groupes et des sociétés entre eux. La diversité culturelle se manifeste non seulement dans les formes variées à travers lesquelles le patrimoine culturel de l'humanité est exprimé, enrichi et transmis grâce à la variété des expressions culturelles, mais aussi à travers divers modes de création artistique, de production, de diffusion, de distribution et de jouissance des expressions culturelles, quels que soient les moyens et les technologies utilisés (UNESCO, 2013, p.4).

Bien qu'il s'agisse d'une définition très générale de la diversité culturelle, l'article 6 de la Convention vient spécifier les droits des parties au niveau national, c'est-à-dire les mesures de protection et de promotion de la diversité culturelle sur leur territoire. Cela inclut notamment des «mesures réglementaires [...] [visant la] création, production, diffusion [et] distribution [...]» (*ibid.*, p.6) des biens culturels, des «mesure qui visent à accorder des aides financières publiques, [...] encourager les organismes à but non lucratif, ainsi que les institutions publiques et privées, les artistes et les autres professionnels de la culture [...] et promouvoir la diversité des médias [...]». (*ibid.*). L'objectif de cet article est de permettre aux parties de faire vivre leur culture nationale sur leur territoire et de permettre à leurs citoyens d'y avoir accès.

L'article 7 de la Convention présente les mesures destinées à promouvoir les expressions culturelles:

Les parties s'efforcent de créer sur leur territoire un environnement encourageant les individus et les groupes sociaux (a) à créer, produire, diffuser et distribuer leurs propres expressions culturelles et à y avoir accès, en tenant dûment compte des conditions et besoins particuliers des femmes, ainsi que de divers groupes sociaux, y compris les personnes appartenant aux minorités et les peuples autochtones ; (b) à avoir accès aux diverses expressions culturelles provenant de leur territoire ainsi que des autres pays du monde. Les Parties s'efforcent également de reconnaître l'importante contribution des artistes et de tous ceux qui sont impliqués dans le processus créateur, des communautés culturelles et des organisations qui les soutiennent dans leur travail, ainsi que leur rôle central qui est de nourrir la diversité des expressions culturelles. (*ibid.*).

Le Canada et le Québec sont d'importants promoteurs de la diversité culturelle sur la scène internationale. Mais comment la fait-on valoir ici? Notons d'abord que le concept de diversité culturelle prend une appellation légèrement différente au Canada. En effet, il est souvent désigné dans les textes de lois par les termes *caractère ethnique* pour illustrer la différence entre la culture des deux peuples fondateurs, anglais et français, et celles apportées par les nombreuses communautés culturelles du pays. En d'autres mots, au Canada, parler du caractère ethnique du pays revient à parler de sa diversité culturelle.

Enfin, la diversité culturelle s'incarne différemment lorsqu'elle est appliquée dans le cadre de notre analyse de la programmation de six chaînes généralistes canadiennes (ICI Radio-Canada Télé, TVA, Télé-Québec, CBC, CTV, Global). Nous précisons davantage le concept à ce moment, soit dans le prochain chapitre qui porte sur la méthodologie de notre mémoire de maîtrise. Mais avant d'aborder la méthodologie, nous allons tirer quelques conclusions concernant notre cadre théorique.

2.6 Conclusion partielle

Dans notre cadre théorique, nous avons d'abord abordé la mondialisation économique et financière des années 1980 avant de présenter la thèse de la montée des nationalismes et de l'État-nation comme une conséquence de cette mondialisation économique et financière.

Ensuite, nous avons développé la mondialisation des communications. Cela nous a permis de comprendre le cadre dans lequel les industries culturelles doivent aujourd'hui évoluer et les répercussions qu'a le marché sur la diversité des biens culturels.

Puis, nous avons expliqué comment la télévision généraliste peut être un catalyseur de la diversité culturelle en favorisant la création de liens sociaux entre les différentes communautés culturelles au sein d'une même société.

Par la suite, nous avons tracé l'évolution du concept de diversité culturelle à travers ses diverses déclinaisons sémantiques: *exemption* culturelle, *exception* culturelle, *diversité* culturelle.

Enfin, nous avons exposé la définition de la «diversité culturelle» telle qu'elle est proposée par l'UNESCO dans le texte de la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* de 2001 et de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de 2005.

Dans le troisième chapitre de notre mémoire, nous présentons la méthodologie avec laquelle nous allons confirmer ou infirmer notre hypothèse de recherche. Elle est divisée en trois volets. Le premier volet présente le cadre législatif et règlementaire canadien ainsi que les programmes financiers des gouvernements du Canada et du Québec concernant la diversité culturelle. Le deuxième volet porte un regard sur les initiatives du secteur médiatique privé canadien quant à la promotion de la diversité culturelle canadienne: offre télévisuelle, projets particuliers, etc. Enfin, le troisième volet fait la présentation de la méthodologie que nous employons pour analyser la présence de la diversité culturelle dans la programmation de six chaînes généralistes canadiennes: Ici Radio-Canada Télé, TVA, Télé-Québec, CBC, CTV, et Global.

CHAPITRE III

PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE

Le troisième chapitre de notre mémoire présente la méthodologie que nous utilisons dans notre mémoire de maîtrise. Celle-ci va nous permettre de confirmer ou d'infirmer notre hypothèse de recherche. Nous présentons d'abord les techniques d'enquête et de collecte de données utilisées : approche historique, recherche documentaire et analyse de contenu mixte (qualitative et quantitative). Ensuite, nous présentons le terrain de recherche sur lequel nous travaillons. Il est divisé en trois volets. Le premier volet présente le cadre législatif et règlementaire canadien ainsi que les programmes financiers des gouvernements du Canada et du Québec concernant la diversité culturelle. Le deuxième volet porte un regard sur l'offre télévisuelle du secteur médiatique privé canadien quant à la promotion de la diversité culturelle canadienne. Enfin, le troisième volet fait la présentation de la méthodologie que nous employons pour notre analyse de contenu dont l'objectif est d'analyser la présence (ou non) de la diversité culturelle dans la programmation et le contenu de six chaînes généralistes canadiennes: Ici Radio-Canada Télé, TVA, Télé-Québec, CBC, CTV, et Global.

3.1 Techniques d'enquête

La première technique d'enquête que nous présentons est l'approche historique. Selon le professeur de science politique français Éric Savarese, «[...] l'enquête historique suppose l'élaboration de questions sur le passé qui sont posées au présent, et traitées à partir d'un corpus de sources [...]» (Savarese, 2006, p.77). Ainsi, notre mémoire s'appuie sur des événements du passé qui ont une incidence sur le présent. C'est notamment le cas dans notre problématique (évolution dans le temps de la relation entre le commerce et la

culture) et dans notre cadre théorique (mondialisation de l'économie et des communications, évolution du concept de diversité culturelle depuis le GATT, etc.).

La deuxième technique d'enquête que nous utilisons est la recherche documentaire. Cette technique consiste à recueillir un corpus de documents qui nous permettra d'acquérir suffisamment de connaissances pour mener à terme notre travail. Dans notre cas, nous avons entre autres utilisé des documents d'institutions internationales (UNESCO) et canadiennes (CRTC), des textes de lois canadiennes, ainsi que différentes monographies d'auteurs analysant les enjeux reliés à la diversité culturelle.

La troisième et dernière technique d'enquête de notre mémoire est l'analyse de contenu. Selon la sociologue française Madeleine Grawitz, l'analyse de contenu sert «[...] à convertir les matériaux bruts en données pouvant être traitées scientifiquement.» (Grawitz, 2001, p.606). Plus précisément, le psychologue canadien René L'Écuyer, affirme que l'analyse de contenu «[...] est une méthode de classification ou de codification dans diverses catégories des éléments du document analysé pour en faire ressortir les différentes caractéristiques en vue d'en mieux comprendre le sens exact et précis.» (L'Écuyer, 1988, p.50).

Dans notre mémoire, nous allons faire une analyse de contenu mixte d'abord quantitative, ensuite qualitative. L'Écuyer définit l'analyse quantitative comme une technique qui «[...] consiste à dresser une table de fréquences (ou de pourcentages) des énoncés répartis dans les différentes rubriques, catégories, classes ou thèmes dégagés du matériel analysé.» (*ibid.*, p.52). De son côté, l'analyse qualitative «[...] consiste [...] à décrire les particularités spécifiques des différents éléments [...] regroupés dans chacune des catégories et qui se dégagent *en sus* des seules significations quantitatives.» (*ibid.*, p.53). En ce sens, l'analyse qualitative vient préciser et compléter les données obtenues par l'analyse quantitative.

Maintenant, nous allons présenter le terrain de recherche de notre étude.

3.2 Terrain de recherche: cadre législatif, réglementaire et programmes financiers gouvernementaux

3.2.1 La Constitution canadienne

La Constitution canadienne est la loi la plus importante du pays. La Constitution contient entre autres la Loi constitutionnelle de 1867 et la Loi constitutionnelle de 1982. La première partie de la loi de 1982 est consacrée à la Charte canadienne des droits et libertés. C'est dans cette Charte que l'on énonce les droits fondamentaux des Canadiens comme la liberté de conscience, de religion, de croyances, d'opinions, etc. Par ailleurs, l'article 27 énonce notamment que : «Toute interprétation de la présente charte doit concorder avec l'objectif de promouvoir le maintien et la valorisation du patrimoine multiculturel des Canadiens.» (Canada, 1982, p.61). Nous pouvons donc constater que la protection et la promotion de la diversité culturelle repose sur un cadre juridique très fort. En ce sens, le Canada est un grand promoteur de la diversité culturelle à l'intérieur de ses frontières. Nous voyons dans les prochaines sections comment cette volonté de valoriser le patrimoine multiculturel des Canadiens se traduit dans le système médiatique du pays.

3.2.2 La Loi sur la radiodiffusion de 1991

La notion de diversité culturelle est présente à plusieurs endroits dans la *Loi sur la radiodiffusion* au Canada. En effet, comme le stipule l'article 3) d) iii) de la loi concernant le système de radiodiffusion canadien :

Par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones. (Loi sur la radiodiffusion, 1991, p.3-4).

La loi prévoit également des dispositions concernant la diversité culturelle pour le système de radiodiffusion public canadien (CBC|Radio-Canada), notamment à l'article 3) m) :

- (ii) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays,
- (viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada (*ibid.*, p.5).

Dans le même ordre d'idées, la loi établit des exigences concernant la diversité culturelle pour les entreprises privées canadiennes de radiodiffusion :

- 3) r) iii) refléter le caractère multiculturel du Canada et rendre compte de sa diversité régionale (*ibid.*, p.6)

Ainsi, nous pouvons constater que la Loi sur la radiodiffusion de 1991 est en droite ligne avec les modalités de la Constitution canadienne et de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005 pour la protection et la promotion de la diversité culturelle. À cet effet, nous pouvons penser que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) offre des programmes qui viennent opérationnaliser concrètement les dispositions prévues dans la Constitution canadienne et dans la Loi sur la radiodiffusion de 1991. Voyons voir ce qu'il en est.

3.2.3 Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Le CRTC est l'organisme du gouvernement du Canada qui s'occupe de réguler l'ensemble des activités du système médiatique canadien, dont celle d'accorder des licences de diffusion à ceux qui en font la demande. Il participe à promouvoir la diversité culturelle au Canada dans le respect des dispositions prévues dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

Plus précisément, le CRTC privilégie deux approches en matière de diversité culturelle pour accomplir son mandat. La première approche vise à supporter la

«programmation produite par et pour des groupes particuliers» (CRTC, 2013b). Parmi les programmes de cette approche, mentionnons la «Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique ; l'attribution accrue de licences à des stations ethnique et de langue tierce [et] une plus grande disponibilité de services non-canadiens de langue tierce.» (*ibid.*).

La deuxième approche du CRTC est de favoriser le «reflet de la diversité dans tous les services de radiodiffusion» (*ibid.*). Cette approche tente de mettre de l'avant un système médiatique qui projette un portrait juste et non stéréotypé des minorités tout en donnant la chance à ces dernières de travailler dans le système de radiodiffusion canadien comme producteurs, auteurs, techniciens, artistes, etc. (*ibid.*). Nous reparlons de cette deuxième approche après avoir expliqué en détails la première.

Une «programmation produite par et pour des groupes particuliers»

Trois politiques sont dignes d'intérêt au sein de la première approche du CRTC intitulée *Une programmation produite par et pour des groupes particuliers*. Celles-ci sont la «politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique», «l'attribution accrue de licences à des stations ethnique et de langue tierce» et «une plus grande disponibilité de services non-canadiens de langue tierce».

La *politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique* s'applique à des radiodiffuseurs qui respectent les caractéristiques spécifiques requises pour avoir la licence de radiodiffusion ethnique. Ainsi, l'avis public 1999-117 du CRTC énonce que :

Le Conseil a notamment autorisé des stations de radio et de télévision à caractère ethnique, se spécialisant dans la fourniture d'émissions à caractère ethnique. Les émissions à caractère ethnique sont des émissions orientées vers des groupes à caractéristiques culturelles ou raciales distinctes, autres que du Canada autochtone, ou encore de la France ou des îles Britanniques. Ces émissions peuvent être diffusées dans n'importe quelle langue ou combinaison de langues (CRTC, 2013a).

Considérant que ces stations doivent consacrer 60% de leur programmation à des émissions à caractère ethnique et 50% de leur grille-horaire à des émissions présentées dans des langues tierces (langues autres que le français, l'anglais ou une langue autochtone), cette initiative vise à créer un nombre toujours croissant de chaînes pouvant refléter les préoccupations, les intérêts et la diversité linguistique des divers groupes ethniques de la société (*ibid.*).

Au Canada, les chaînes à caractère ethnique les plus connues sont Omni.1 et Omni.2 qui appartiennent à la compagnie Rogers. En fait, ce sont presque les seules stations à posséder une licence ethnique. Au Québec, la première «chaîne multiculturelle généraliste» (Patry, 2013), International Channel/Canal International (ICI), a vu le jour au mois de décembre 2013 après avoir été retardée par un litige juridique les opposant à Ici Radio-Canada pour l'utilisation du mot «ICI» dans leur nom d'entreprise (Laurence, 2013).

Nous abordons maintenant conjointement la deuxième et troisième politiques de cette première approche du CRTC, soit «l'attribution accrue de licences à des stations ethniques et de langue tierce», et «une plus grande disponibilité de services non-canadiens de langue tierce».

L'attribution accrue de licences à des stations ethniques et de langue tierce concerne l'autorisation que le CRTC a donnée à la «distribution en mode numérique de plus de 190 services payants et spécialisés à caractère ethnique» (CRTC, 2013b). Ces services sont compris dans les différents forfaits des câblodistributeurs de distribution par satellite. De plus, certains services de langues tierces n'ont plus besoin de licence du CRTC pour diffuser, ce qui facilite leur mise en exploitation et rend plus accessible la diffusion d'une programmation mieux adaptée à la réalité culturelle canadienne.

Depuis 2004, le CRTC «facilite la distribution d'un nombre accru de services de télévision non canadiens de langues tierces au Canada.» (*ibid.*). Ceci est une petite entorse

au principe de contenu canadien¹⁵, figurant aussi dans la Loi sur la radiodiffusion. En allégeant les exigences de la notion de contenu canadien, le CRTC permet d'augmenter l'offre de services à caractère ethnique au Canada. Maintenant, nous allons aborder la deuxième approche du CRTC en matière de diversité culturelle, soit le reflet de la diversité culturelle canadienne dans tous les services de radiodiffusion.

Le «reflet de la diversité culturelle dans les services de radiodiffusion»

La deuxième approche du CRTC est de présenter le reflet de la diversité dans tous les services de radiodiffusion, c'est-à-dire à travers tous les services ne possédant pas de licence de radiodiffusion ethnique. Cette disposition implique que les communautés culturelles sont représentées à la télévision de façon juste et équitable, en évitant le recours aux stéréotypes, et que des mesures seront prises afin de favoriser la participation de minorités culturelles dans les différentes professions reliées au domaine de la culture. À cet effet, le CRTC a demandé aux radiodiffuseurs privés «d'élaborer des plans d'entreprise afin d'améliorer la représentation des minorités visibles [...] dans la radiodiffusion [et] de soumettre un rapport annuel présentant leurs progrès relatifs à ces questions de diversité» (*ibid.*). Ainsi, le CRTC supervise les activités des radiodiffuseurs privés afin qu'ils respectent les dispositions de la Loi sur la radiodiffusion en matière de promotion de la diversité culturelle canadienne.

En résumé, il existe deux grandes approches du CRTC pour favoriser la diversité culturelle :

- «Une programmation produite par et pour des groupes particuliers»
 - «la politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique»
 - «l'attribution accrue de licences à des stations ethnique et de langue tierce»
 - «une plus grande disponibilité de services non-canadiens de langue tierce»

¹⁵ «L'article 3(1) de la Loi [sur la radiodiffusion de 1991] énumère les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion qui repose sur les grands principes suivants : la nécessité de stimuler la création du contenu canadien, de favoriser son développement et de s'assurer de son accessibilité pour tous les Canadiens.» (CRTC, 2014a).

- «Le reflet de la diversité dans les services de radiodiffusion»

Nous venons de présenter les cadres législatifs, réglementaires et les politiques du CRTC pour la promotion de la diversité culturelle canadienne. Nous pouvons constater que la promotion de la diversité culturelle est assurée par un cadre législatif fort. En effet, la Constitution canadienne et la Loi sur la radiodiffusion de 1991 font mention de l'importance de promouvoir la diversité culturelle canadienne.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes participe également, via ses différentes initiatives, à la promotion de la diversité culturelle canadienne. En effet, les programmes du CRTC (programmation produite par et pour des groupes particuliers ; politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique ; attribution accrue de licences à des stations ethniques de langue tierce ; plus grande disponibilité de services non-canadiens de langue tierce ; reflet de la diversité dans les services de radiodiffusion) contribuent à impliquer tous les acteurs du système de radiodiffusion canadien (acteurs publics et privés) dans la promotion de la diversité culturelle du pays.

En théorie, le cadre législatif et réglementaire canadien assure une promotion efficace de la diversité culturelle canadienne. Mais qu'en est-il vraiment, en réalité? Le financement de la production télévisuelle ethnique est-il suffisant pour atteindre les objectifs en matière de promotion de la diversité culturelle? Y a-t-il un financement consacré exclusivement à la production télévisuelle ethnique? À cet effet, nous analysons dans la section suivante les programmes financiers du gouvernement du Canada et du Québec pour la promotion de la diversité culturelle canadienne à la télévision conventionnelle. Cette étape nous permettra de vérifier l'engagement réel des gouvernements face aux objectifs de promotion de la diversité culturelle expliqués ci-haut.

3.2.4. Les programmes financiers gouvernementaux

Les gouvernements du Canada et du Québec offrent un financement à la production télévisuelle, notamment par le truchement du Fonds des médias du Canada (FMC) et de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC). Ce financement prend la forme de subventions octroyées pour la production télévisuelle et de différents crédits d'impôts.

Au Canada, le Fonds des médias du Canada est l'organisme qui subventionne la production télévisuelle. Il a été créé en 2009 avec la fusion du Fonds canadien de télévision (FCT) et du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC). Son objectif est «[...] de soutenir la production viable de contenu convergent (télévision et médias numériques) à succès, accessible aux Canadiens et aux Canadiennes au moyen de plusieurs plateformes.» (FMC, 2014b). Bien que le FMC soutienne la production télévisuelle, la somme réservée à la production télévisuelle ethnique est minime.

Le financement du FMC provient à la fois du ministère du Patrimoine canadien et des câblodistributeurs privés¹⁶. Le graphique suivant (figure 1) offre un aperçu du financement octroyé au FMC par le ministère du Patrimoine canadien et par les câblodistributeurs ainsi que les subventions du FMC pour la production télévisuelle canadienne entre 2006 et 2013. Il est à noter que les chiffres des années 2006 à 2009 sont ceux du Fonds canadien de télévision, ancêtre du FMC.

¹⁶ Parmi ceux-ci, mentionnons la participation de Bell, Cogeco, Eastlink, MTS, Rogers, Sasktel, Shaw, Telus et Vidéotron.

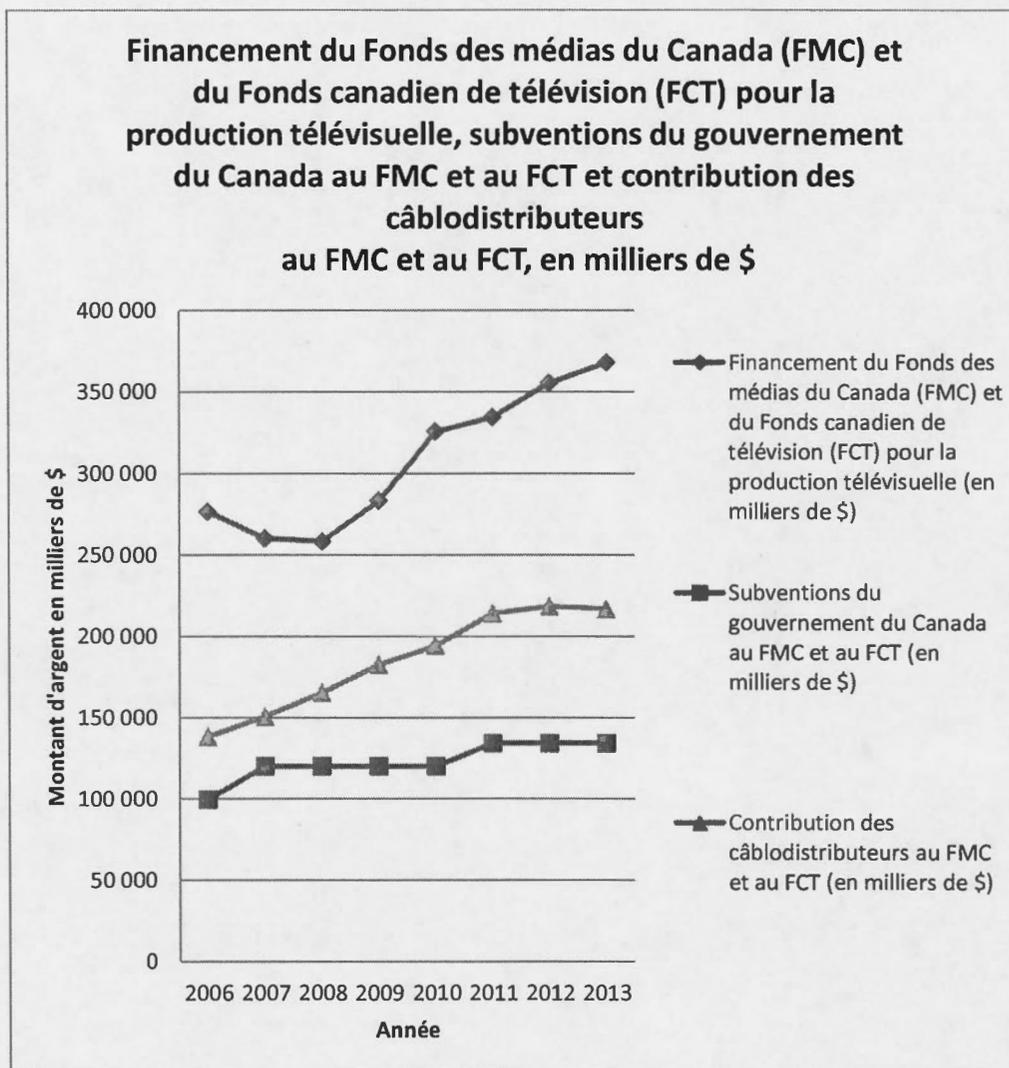


Figure 3.1: Financement du Fonds des médias du Canada (FMC) et du Fonds canadien de télévision (FCT) pour la production télévisuelle, subventions du gouvernement du Canada au FMC et au FCT et contribution des câblodistributeurs au FMC et au FCT, en milliers de \$.

Dans la figure 1, la courbe dont les points sont en forme de losanges représente le financement qu'accorde le Fonds des médias du Canada (FMC) et le Fonds canadien de télévision (FCT) pour la production télévisuelle. Nous pouvons observer une hausse du

financement entre les années 2009 et 2010. Cela est dû au fait que les données de 2006 à 2009 illustrent uniquement le financement du FCT, tandis que les données de 2010 à 2013 représentent le financement du FMC. Or, le FMC est né de la fusion entre le FCT et le Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC). En ce sens, le financement du FMC comprend celui qui était offert par le FCT et par le FNMC. La hausse du financement observée entre 2009 et 2010 est donc davantage due à la fusion du FCT et du FNMC qu'à une véritable augmentation du financement pour la production télévisuelle.

La courbe dont les points sont en forme de carrés représente quant à elle les subventions accordées par le gouvernement du Canada (via le ministère du Patrimoine canadien) au FCT et au FMC entre 2006 et 2013. Ces subventions sont constantes, avec de légères hausses pour les années 2007 et 2011.

La courbe dont les points sont en forme de triangles illustre la contribution des câblodistributeurs privés au FCT et au FMC entre 2006 et 2013. Leur implication est en hausse depuis 2006 avec un plafonnement de leur contribution depuis 2011.

Bref, de manière générale, le Fonds des médias du Canada reçoit davantage de subventions de la part de ses bailleurs de fonds années après années, ce qui lui permet d'augmenter son financement pour la production télévisuelle. Toutefois, les deniers réservés à la production télévisuelle ethnique sont de quelques millions de dollars seulement. Ce financement provient de l'unique initiative à caractère ethnique du Fonds des médias du Canada, soit le *Programme de diversité linguistique*. Celui-ci «[...] appuie des productions dans des langues reflétant la diversité des Canadiens en finançant des projets en langues autres que l'anglais, le français ou les langues autochtones.» (FMC, 2014a). Le programme «[...] assure que les Canadiens auront accès à du contenu reflétant la diversité des langues qu'ils parlent (FMC, 2014c). Ce programme a offert deux millions de dollars de financement à des productions télévisuelles ethniques pour l'année financière 2012-2013 (FMC, 2013b).

Une autre forme de financement des productions télévisuelles réside dans les crédits d'impôts offerts par le gouvernement du Canada pour la production télévisuelle. Parmi ceux-ci, mentionnons le crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne et le crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ), 2014). Ces crédits d'impôts sont applicables pour la production télévisuelle ethnique mais celle-ci en bénéficie très peu.

Du côté québécois, la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) est la société d'État qui subventionne la production télévisuelle. La SODEC relève du ministère de la Culture et des Communications du Québec. Son mandat est de «[...]promouvoir et soutenir l'implantation et le développement des entreprises culturelles, y compris les médias, dans toutes les régions du Québec.» (SODEC, 2014). Bien que la SODEC soutienne la production télévisuelle, il n'existe pas de financement directement alloué à la production télévisuelle ethnique.

Le financement de la SODEC provient du ministère de la Culture et des Communications du Québec. Le graphique suivant (figure 2) offre un aperçu du financement octroyé à la SODEC par le ministère ainsi que les subventions de la SODEC pour la production télévisuelle québécoise entre 2006 et 2013.

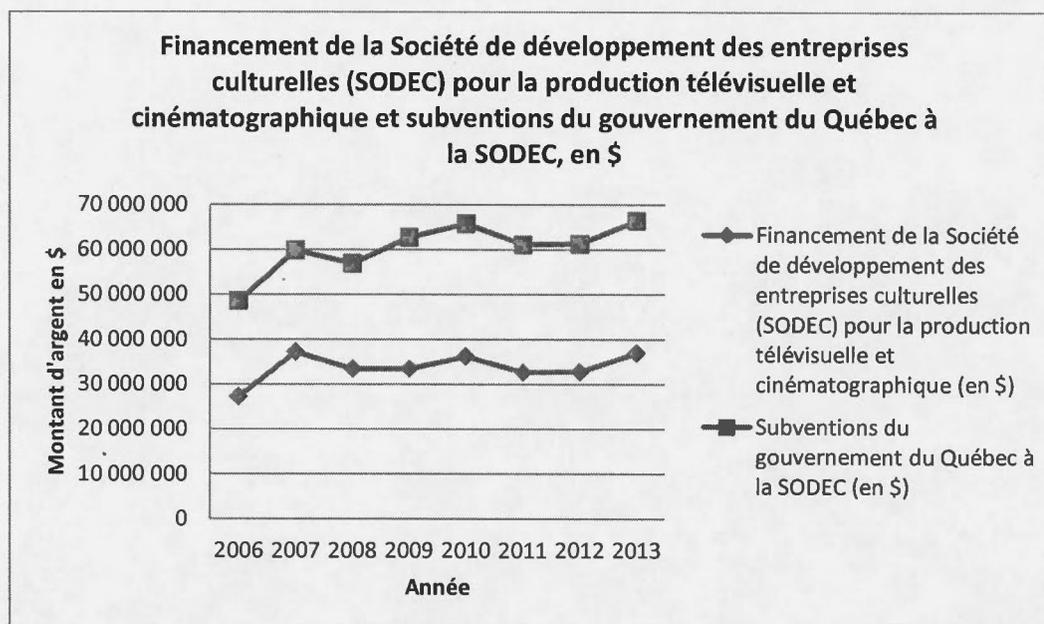


Figure 3.2: Financement de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) pour la production télévisuelle et cinématographique et subventions du gouvernement du Québec à la SODEC, en \$.

Dans la figure 2, la courbe dont les points sont en forme de carrés représente les subventions accordées par le gouvernement du Québec (via le ministère) à la SODEC entre 2006 et 2013. Nous pouvons constater une augmentation des subventions depuis l'année 2006.

La courbe dont les points sont en forme de losanges illustre quant à elle le financement de la SODEC pour la production télévisuelle et cinématographique entre 2006 et 2013. La courbe suit la même tendance que celle de son financement octroyé par le gouvernement du Québec. Bien que la période 2006-2013 illustre une hausse des subventions allouées à la production télévisuelle et cinématographique, le montant d'argent de 2013 est sensiblement au même niveau qu'en 2010, et est inférieur à celui de 2007. Bref, malgré une hausse du financement reçu par la SODEC, les subventions de la société d'État pour la production télévisuelle et cinématographique plafonnent au même niveau qu'en

2007. Il est à noter que les données que nous utilisons concernent la production télévisuelle et cinématographique. Le financement accordé pour la production télévisuelle uniquement est donc forcément inférieur aux montants présentés dans la figure 2. Une fois encore, aucune somme d'argent n'est allouée à la production télévisuelle ethnique.

Une autre forme de financement des productions télévisuelles réside dans les crédits d'impôts offerts par le gouvernement du Québec pour la production télévisuelle et cinématographique. Parmi ceux-ci, mentionnons le crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise et le crédit d'impôt remboursable pour services de production cinématographique ou télévisuelle (BCTQ, 2014). Bien que ces crédits d'impôts favorisent la production télévisuelle, rien n'est prévu spécifiquement pour la production télévisuelle ethnique.

Dans un autre ordre d'idées, la SODEC parraine le *Plan d'action gouvernemental sur la diversité*. Celui-ci a comme principal objectif d'«Assurer une meilleure représentation de la diversité culturelle, dans le secteur de la culture et des communications, et sensibiliser l'industrie des communications à son influence sur les préjugés et le racisme.» (SODEC, 2013, p.197). Parmi les autres mesures du Plan d'action gouvernemental sur la diversité, mentionnons:

Accompagner les artistes et orienter les organismes artistiques issus des communautés culturelles vers les circuits professionnels qui leur donneront un meilleur accès au soutien disponible; mieux joindre les publics provenant de communautés culturelles et faciliter leur participation à la vie culturelle québécoise ; [...] Accroître la représentation des Québécois issus des communautés culturelles dans les jurys et comités consultatifs en matière de culture, en sollicitant leurs candidatures au moment des consultations pour les nominations à des postes décisionnels [...] (*ibid.*).

Le Plan d'action gouvernemental sur la diversité est la seule initiative à caractère ethnique de la SODEC.

Nous venons d'aborder les programmes financiers gouvernementaux pour la production télévisuelle ainsi que les initiatives du FMC et de la SODEC pour la promotion de

la diversité culturelle dans le système médiatique canadien. Nous voyons dans la prochaine section l'offre ethnique de trois câblodistributeurs canadiens (Rogers, Shaw et Vidéotron).

3.3 Initiatives du secteur privé pour la diversité culturelle

Le secteur médiatique privé canadien fait également la promotion de la diversité culturelle au pays, en regard des dispositions prévues dans la *Loi sur la radiodiffusion*. En effet, les câblodistributeurs canadiens offrent un grand nombre de chaînes multiculturelles à travers leurs différents forfaits. Pour notre étude, nous avons décidé d'analyser l'offre ethnique de trois câblodistributeurs canadiens: Rogers, qui est surtout présent en Ontario, Shaw, qui concentre ses activités dans l'ouest canadien, et Vidéotron, dont l'offre est concentrée au Québec. Il est pertinent d'étudier l'offre ethnique des câblodistributeurs privés car il s'agit d'un moyen important par lequel les Canadiens peuvent consommer du contenu à caractère ethnique reflétant la diversité culturelle du pays.

Rogers¹⁷ est le câblodistributeur dont l'offre ethnique est la plus importante avec un total de 146 chaînes multiculturelles disponibles dans les différents forfaits (Rogers, 2014). Rogers possède également trois chaînes dans son forfait de base ayant une licence de télévision ethnique délivrée par le CRTC (CRTC, 2014b).

Shaw¹⁸ est le câblodistributeur ayant le deuxième plus grand nombre de chaînes multiculturelles dans ses différents forfaits au Canada, soit 43 chaînes (Shaw, 2014, p.3). De plus, Shaw offre deux autres chaînes multiculturelles dans son forfait de base: Shaw Multicultural Channel et OMNI (*ibid.*, p.1).

Vidéotron¹⁹ arrive au troisième rang pour le nombre de chaînes multiculturelles dans ses forfaits avec 21 chaînes (Vidéotron, 2014). Vidéotron possède également dans son

¹⁷ Nous utilisons la liste des chaînes disponibles pour la région de Toronto.

¹⁸ Nous utilisons la liste des chaînes disponibles pour la région de Vancouver.

¹⁹ Nous utilisons la liste des chaînes disponibles pour la région de Montréal.

forfait de base une chaîne de télévision ayant une licence ethnique, soit International Channel/Canal International (ICI) (CRTC, 2014b).

À la lumière de ces statistiques, nous pouvons constater que l'offre télévisuelle multiculturelle privée est nombreuse et variée. En effet, les différents forfaits offerts par les câblodistributeurs regroupent des chaînes destinées à plusieurs communautés culturelles différentes du Canada: Allemands, Asiatiques, Arabes, Brésiliens, Espagnols, Grecs, Indiens, Italiens, Polonais, Portugais, etc. Toutefois, seulement quatre de ces chaînes multiculturelles sont produites au Canada et possèdent une licence de télévision ethnique délivrée par le CRTC. L'offre télévisuelle ethnique canadienne est donc composée en majorité de chaînes provenant des pays d'origine des communautés culturelles, et non du pays d'accueil de ces communautés. Il faut également souligner que l'abonnement à ces chaînes est discrétionnaire à l'abonné.

Dans la prochaine section, nous décrivons la méthodologie de l'analyse de contenu que nous allons réaliser dans le Chapitre 4 de notre mémoire.

3.4 Méthodologie de l'analyse de contenu mixte

Nous présentons dans cette section la méthodologie de notre analyse de contenu. Dans les prochains chapitres de ce mémoire, nous analyserons la programmation de six chaînes généralistes canadiennes (Ici Radio-Canada Télé, TVA, Télé-Québec, CBC, CTV, Global) du lundi au vendredi entre 20h et 22h pour la programmation de l'automne 2013. Nous avons choisi ces chaînes car elles représentent un échantillon de chaînes privées et publiques, anglophones et francophones. Cette plage horaire d'écoute a été retenue car c'est généralement à ces heures que les cotes d'écoute sont les plus élevées. Parallèlement, les émissions les plus populaires de ces chaînes sont présentées dans cette case horaire. Aussi, nous avons choisi des chaînes généralistes car «Seule la télévision généraliste est apte à offrir à la fois cette égalité d'accès [...] et cette palette de programmes qui peut refléter l'hétérogénéité sociale et culturelle.» (Wolton, 1997, p.102).

Pour cette étude, la diversité culturelle s'incarne lorsque qu'il y a présence de communautés culturelles dans les émissions ou bien lorsque les thèmes abordés concernent ces communautés. À cet effet, les critères que nous allons observer dans chacune des émissions sont les suivants²⁰: y a-t-il présence ou absence de membres issus des communautés culturelles ; les thèmes abordés concernent-ils les communautés culturelles? ; le rôle joué par un acteur d'une communauté culturelle est-il important ou secondaire? ; les personnages sont-ils stéréotypés²¹? Nous pourrions ainsi dresser un portrait représentatif, sans être exhaustif, de la représentation des communautés culturelles dans le système médiatique canadien.

3.5 Conclusion partielle

En conclusion, nous avons présenté les techniques d'enquête que nous utilisons pour la réalisation de notre mémoire de maîtrise, soit l'approche historique, la recherche documentaire et l'analyse de contenu.

Ensuite, nous avons présenté le terrain de recherche de notre enquête. Celui-ci est d'abord composé d'un cadre législatif et réglementaire fort, comme en témoigne la Constitution canadienne, la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 et les règlements et politiques du CRTC. De plus, le financement gouvernemental et les crédits d'impôts permettent de favoriser la production télévisuelle, bien que la somme réservée à la production télévisuelle ethnique soit minime.

Le secteur privé fait également la promotion de la diversité culturelle au pays. Malgré une importante offre ethnique des câblodistributeurs, seulement quatre chaînes possédant une licence ethnique sont produites ici, au Canada.

²⁰ Nous joignons la grille d'analyse de l'analyse de contenu mixte en annexe.

²¹ Les types de rôles joués par les minorités et les stéréotypes de leurs personnages sont des critères qui ne peuvent être valides que dans les émissions de fiction.

Enfin, nous avons exposé la méthodologie de l'analyse de contenu mixte que nous allons effectuer dans le mémoire. Le prochain chapitre est dédié à la réalisation de cette analyse de contenu.

CHAPITRE IV

ANALYSE DE CONTENU

Le chapitre 4 de notre mémoire de maîtrise présente les émissions à l'étude dans le cadre de notre analyse de contenu de six chaînes généralistes canadiennes et québécoises entre 20h et 22h, du lundi au vendredi pour l'automne 2013. Nous décrivons brièvement chaque émission avant de fournir quelques commentaires généraux sur la représentation de la diversité culturelle. Nous approfondissons l'analyse des résultats obtenus dans le Chapitre 5 intitulé Présentation des résultats. Toutefois, avant de présenter les émissions, nous situons notre étude en regard des recherches déjà réalisées en ce qui a trait à la représentation de la diversité culturelle à la télévision conventionnelle.

4.1 Contexte de réalisation de notre étude

L'une des premières études canadiennes concernant la représentation de la diversité culturelle à la télévision a été réalisée en 1994 par Canada MediaWatch. L'organisme arrive à la conclusion que «[...] les minorités ethniques (et en particulier les femmes des minorités ethniques) ont été gravement sous-représentées dans les séries dramatiques télévisées.» (cité dans Québec, 2009, p.28).

L'étude de Serge Proulx et de Danielle Bélanger réalisée en 1996 obtient des conclusions semblables. En effet, ceux-ci confirment «[...] le sentiment des membres de cinq communautés culturelles d'être sous-représentés.²²» (cité dans *ibid.*, p.27).

Plus récemment, le *Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision* a fait une étude en 2004 pour l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Le Groupe en est

²² Les cinq communautés identifiées par l'étude sont les suivantes: arabophone, créole, hispanophone, portugaise et vietnamienne.

venu à la conclusion que «[...] le taux de présence des personnes appartenant à un groupe cible (minorité visible ou autochtone) était beaucoup plus faible dans les émissions de langue française que les émissions de langue anglaise [...]» (cité dans *ibid.*, p.28).

En 2008, le sociologue français Éric Macé «[...] conclut à la sous-représentation de la diversité dans les médias télévisés, sous toutes ses formes dont ethnoculturelle [...]» (*ibid.*, p.29).

Finalement, le Conseil des relations interculturelles du Québec s'est penché sur la représentation de la diversité culturelle dans la programmation d'Ici Radio-Canada Télé et de Télé-Québec pour l'automne 2008 et l'hiver 2009 avec comme objectif de «[...] quantifier la présence ethnoculturelle dans les émissions diffusées [...] aux heures de grande écoute (19h à 23h)». Le Conseil observe un taux de présence à l'écran de 11,5% pour Ici Radio-Canada Télé et de 26% pour Télé-Québec (*ibid.*, p.33).

La présentation de quelques études déjà réalisées en matière de représentation de la diversité culturelle à la télévision conventionnelle se veut une mise en contexte du cadre dans lequel nous étions plongés au moment d'entreprendre notre analyse. Les résultats déjà connus d'études précédentes viendront forcément influencer la présentation de nos résultats. Maintenant, nous présentons notre analyse de contenu.

4.2 Ici Radio-Canada Télé

La première chaîne que nous analysons est Ici Radio-Canada Télé, le diffuseur public francophone canadien. Rappelons que l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion de 1991 établit son mandat comment étant de «[...] (ii) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays [et] (viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada [...]» (Loi sur la radiodiffusion, 1991, p.5). Notre corpus d'émissions pour cette chaîne en contient onze, surtout des émissions de fiction ou de divertissement mais également quelques émissions d'affaires publiques. Les émissions analysées sont *Après*

tout, c'est vendredi!, *Enquête*, *L'auberge du chien noir*, *La galère*, *La vie parfaite*, *Le choc des générations*, *Les enfants de la télé*, *Les pêcheurs*, *Mémoires vives*, *Unité 9* et *Un air de famille*.

Après tout, c'est vendredi! (Ici Radio-Canada Télé, 2014a) est une émission d'affaires publiques animée par la journaliste Anne-Marie Dussault. À chaque émission, elle reçoit des invités de tous les domaines (politique, culturel, économique, culinaire, etc.) qui font l'actualité pendant la semaine. Ainsi, la présence de diversité culturelle dépend des invités et des thèmes qu'ils abordent. Pendant l'automne 2013, le débat sur la Charte des valeurs québécoises proposée par le Parti Québécois a créé de grands remous dans la société québécoise. Plusieurs intervenants de la société civile ont alors débattu sur le plateau d'Anne-Marie Dussault, dont la seule députée musulmane de l'Assemblée nationale, Fatima Houda-Pépin (CTV Montreal News, 2014). Néanmoins, *Après tout, c'est vendredi!* ne fait place à la diversité culturelle qu'uniquement si un événement la concernant fait l'actualité. Les circonstances ont voulu que l'automne 2013 soit riche en la matière avec le débat sur la Charte des valeurs québécoises.

Enquête (Ici Tou.tv, 2014a) est une émission d'affaires publiques animée par le journaliste Alain Gravel. À chaque émission, son équipe présente des reportages sur des enjeux politiques, sociaux, environnementaux, etc. qui concernent les Québécois. À l'instar d'*Après tout, c'est vendredi!*, la présence de diversité culturelle dépend des reportages présentés. Pour l'automne 2013, une seule émission peut toucher les communautés culturelles du Canada et du Québec: l'effondrement d'une usine de textiles au Bangladesh dont les produits sont vendus un peu partout au pays. Ainsi, de manière générale, *Enquête* ne fait pas la promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

L'auberge du chien noir (Ici Tou.tv, 2014b) est un téléroman à la fois comique et dramatique se déroulant autour des activités d'une auberge. Le thème principal est celui de la famille et ne touche donc pas spécifiquement les communautés culturelles. Dans la saison d'automne 2013, un seul personnage est issu d'une communauté culturelle. Il s'agit d'un personnage secondaire empathique face aux malheurs d'une adolescente. En ce sens, il n'y

a aucun stéréotype basé sur l'origine ethnique de ce personnage. En somme, *L'auberge du chien noir* ne fait pas une grande promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise, considérant que le milieu hôtelier canadien est caractérisé par une forte présence d'individus provenant de communautés culturelles différentes.

La galère (Qui joue qui?, 2014b) est un téléroman mettant en vedette quatre femmes qui décident de vivre ensemble pour faciliter leur vie. Cette émission contient deux acteurs issus des communautés culturelles. Toutefois, ces personnages sont secondaires et ne font que de brèves apparitions dans la saison d'automne 2013. De plus, les thèmes abordés ne concernent pas spécifiquement les communautés culturelles. En résumé, *La galère* reflète peu la diversité culturelle dans ses émissions.

La vie parfaite (Ici Radio-Canada Télé, 2014b) est un téléroman mettant en vedette une famille québécoise typique des années 2000. En ce sens, les thèmes abordés dans l'émission ne concernent pas spécifiquement les communautés culturelles. De plus, aucun personnage ne représente la diversité culturelle canadienne et québécoise. À cet effet, *La vie parfaite* ne fait pas la promotion de la diversité culturelle dans ses thèmes ou ses personnages.

Le choc des générations (Ici Radio-Canada Télé, 2014c) est une émission musicale animée par Gregory Charles dans laquelle des équipes représentant différentes générations s'affrontent dans des jeux de chant et de danse. La présence de diversité culturelle est représentée par l'animateur Gregory Charles mais également par le choix des membres des équipes. Pour la saison d'automne 2013, un seul des participants (sur 20 au total) est issu d'une communauté culturelle. De plus, les thèmes abordés par l'émission (chant, danse) ne les touchent pas particulièrement. En ce sens, *Le choc des générations* ne fait pas une grande promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise et ce, même si l'animateur la représente lui-même.

Les enfants de la télé (Ici Tou.tv, 2014c) est un talk-show animé par Véronique Cloutier et Antoine Bertrand. Chaque semaine, ils reçoivent des invités de différents

domaines artistiques et passent en revue leur carrière en s'appuyant sur des images et vidéos des archives de Radio-Canada. Les thèmes de l'émission ne touchent donc pas les communautés culturelles en particulier. Par ailleurs, la présence de diversité culturelle dans cette émission dépend des invités. Pour la saison d'automne 2013, un seul est issu d'une communauté culturelle. Ainsi, *Les enfants de la télé*, pour l'automne 2013, ne fait pas la promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Les pêcheurs (Ici Tou.tv, 2014d) est une comédie mettant en vedette l'humoriste québécois Martin Petit. Il reçoit des invités (surtout des humoristes) à son chalet sur le bord d'un lac et des situations cocasses surviennent autour du thème de la pêche. L'émission ne laisse donc pas une grande place à la diversité culturelle au niveau des thèmes. Pour l'automne 2013, un seul personnage est issu d'une communauté culturelle, soit une vedette russe de la scène sportive montréalaise. Son personnage est davantage stéréotypé en raison de son statut de vedette que de sa nationalité russe. De manière générale, *Les pêcheurs* ne fait pas la promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Mémoires vives (Ici Tou.tv, 2014e) est une série dramatique se déroulant autour de la disparition d'une petite fille. Les thèmes qui y sont abordés ne concernent pas les communautés culturelles. Par ailleurs, un seul personnage issu d'une communauté culturelle fait partie de la distribution de l'automne 2013. Ce personnage, bien que secondaire, représente le Bien. En effet, celui-ci travaille avec des jeunes en difficulté afin de les aider à se remettre sur le droit chemin. Il n'y a donc aucun stéréotype relié à son personnage en raison de son origine ethnique. Malgré cette bonne représentation des communautés culturelles, *Mémoires vives* ne fait pas une grande promotion de la diversité culturelle.

Unité 9 (Ici Radio-Canada Télé, 2014d) est une télésérie dramatique dont les événements se déroulent dans un pénitencier féminin. Parmi tous les personnages, un seul représente la diversité culturelle: une Jamaïcaine ayant une sentence de quatre ans. Elle est la méchante du groupe et fait régner sa loi dans la cour en contrôlant le marché noir et en intimidant les autres détenues. Le personnage le plus craint de l'établissement est donc le

seul personnage issu d'une communauté culturelle. Les thèmes abordés dans l'émission sont divers: réinsertion sociale, contrôle de soi, acceptation de ses défauts, etc. et touchent chacun des individus présents au sein de notre société. En ce sens, *Unité 9* ne fait pas un travail particulier pour promouvoir la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Un air de famille (Ici Tou.tv, 2014f) est une émission musicale animée par Patrice L'Écuyer. Chaque semaine, des familles de partout au Canada s'affrontent dans un concours de chant afin de déterminer laquelle est la meilleure. Les thèmes de l'émission ne s'adressent pas spécifiquement aux communautés culturelles. De plus, parmi toutes les familles candidates pour la saison d'automne 2013, seulement trois contiennent des membres issus d'une communauté culturelle. Ainsi, *Un air de famille* ne fait pas une promotion particulière de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

En résumé, la chaîne publique Ici Radio-Canada Télé présente onze émissions différentes dans la plage horaire que nous étudions. Pour l'automne 2013, neuf émissions sur onze ont présenté à un moment ou un autre des invités ou des personnages provenant d'une communauté culturelle. Malgré qu'il y ait présence de diversité culturelle dans la majorité des émissions, leur présence est minime et n'est pas garantie chaque semaine. Dans les fictions, les personnages issus des communautés culturelles ne sont la plupart du temps pas stéréotypés. Nous aurons l'occasion de tirer davantage de conclusions sur la programmation d'Ici Radio-Canada Télé dans le Chapitre 5 - Présentation des résultats. Dans la prochaine section, nous analysons la programmation de TVA pour l'automne 2013.

4.3 TVA

La deuxième chaîne de notre étude est TVA. Il s'agit d'une chaîne généraliste privée francophone. Elle appartient au Groupe TVA, une filiale de Québecor Media. Notre analyse de TVA se base sur neuf émissions de divertissement: *Ça finit bien la semaine*, *Ça va chauffer!*, *Destinées*, *Du talent à revendre*, *Le gentleman*, *O'*, *Occupation double*, *Toute la vérité* et *Yamaska*.

Ça finit bien la semaine (TVA, 2014a) est un talk-show animé par Julie Bélanger et José Gaudet. Chaque semaine, les animateurs reçoivent de trois à cinq invités et abordent différents sujets à propos de leur enfance, de leur parcours professionnel, de leur vie privée, etc. La présence de diversité culturelle dans cette émission dépend des invités sur le plateau. Pour la saison d'automne 2013, cinq invités sont membres d'une communauté culturelle. Les pays représentés sont l'Inde, le Maroc, le Sénégal et Haïti. L'émission ne traite généralement pas de thèmes touchant les communautés culturelles mais les animateurs ont toutefois abordé les origines ethniques et les parcours professionnels particuliers de ces invités. En somme, *Ça finit bien la semaine* ne fait pas une grande promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise, sauf lorsque la liste des invités nécessite que l'on s'y attarde.

Ça va chauffer! (Casa TV, 2014) est une émission de télé-réalité culinaire où s'affrontent douze duos de participants qui tentent de cuisiner le meilleur repas possible. Parmi les douze équipes de la saison d'automne 2013, seulement deux sont composées de membres de communautés culturelles. Bien que le thème de l'émission ne soit pas consacré à la promotion de la diversité culturelle, les origines ethniques des participants issus de communautés culturelles se reflètent clairement dans les plats qu'ils ont préparés. En ce sens, *Ça va chauffer* permet l'expression de la diversité culturelle canadienne et québécoise par la création culinaire.

Destinées (TVA, 2014b) est un téléroman dramatique se déroulant autour des activités quotidiennes d'une clinique de beauté jeunesse. Pendant les sept saisons qu'a duré cette émission, seulement six personnages ont représenté une communauté culturelle. Pour la saison d'automne 2013, il n'y a aucune représentation de la diversité culturelle. De plus, les thèmes abordés ne reflètent et ne touchent pas la réalité des communautés culturelles. Ainsi, *Destinées* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Du talent à revendre (TVA, 2014c) est la traduction francophone de l'émission américaine *America's got talent*. L'émission est doublée en français pour que le

télespectateur puisse comprendre les interactions des personnages. Dans ce concours, des gens provenant de partout aux États-Unis tentent d'impressionner les quatre juges pour remporter le grand prix. À cet effet, les thèmes de l'émission ne s'adressent pas spécifiquement aux communautés culturelles. Ensuite, bien que l'émission présente des gens issus de tous les horizons culturels, elle ne permet pas de faire la promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise puisqu'elle met en scène uniquement des Américains. Ainsi, *Du talent à revendre* ne fait que présenter la diversité culturelle américaine et ne fait aucun effort pour présenter celle du Canada.

Le gentleman (TVA, 2014d) est une série policière dans laquelle le personnage principal est un agent double qui enquête sur le milieu de la prostitution. Cette série fait une bonne représentation de la diversité culturelle. En effet, onze personnages la représentent dans ses trois saisons. Parmi ceux-ci, trois sont des acteurs principaux et neuf sont présents dans la saison d'automne 2013. Par ailleurs, certains thèmes de l'émission peuvent toucher les communautés culturelles. Il s'agit du trafic international de personnes et du phénomène des immigrants illégaux. En parallèle, un personnage est stéréotypé en lien avec ces thèmes. L'un des dirigeants du réseau de trafic de personnes dont il est question est issu d'une communauté culturelle, faisant une association trompeuse entre l'immigration et la violence. Malgré cela, *Le gentleman* fait une bonne représentation de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

O' (TVA, 2014e) est un téléroman mettant en vedette les O'Hara, une famille d'origine irlandaise, dont l'action se déroule autour de l'entreprise familiale. Dans les trois saisons de l'émission, cinq personnages sont issus d'une communauté culturelle et ils jouent des rôles secondaires. Un seul est présent dans la saison d'automne 2013. Il est mystérieux et possède un passé trouble mais n'est pas stéréotypé. Aussi, les thèmes abordés dans l'émission ne concernent pas les communautés culturelles. En ce sens, *O'* ne fait pas une grande promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Occupation double (TVA, 2014f) est une téléréalité où les candidats essaient de trouver l'amour pour gagner le grand prix. Pour la saison d'automne 2013, cinq des vingt

candidats sont issus d'une communauté culturelle. Ensuite, les thèmes de l'émission ne reflètent pas les préoccupations quotidiennes de ces communautés. Ainsi, *Occupation double* ne fait qu'une légère promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise en raison des quelques candidats qui la représentent.

Toute la vérité (TVA, 2014g) est une télésérie dramatique dont l'action se déroule autour des activités d'un palais de justice. Pour la saison d'automne 2013, 27 personnages issus de communautés culturelles sont représentés à l'écran. Tous ces personnages sont secondaires ou figurants. Parmi ceux-ci, un seul revient dans plusieurs épisodes de la saison. En effet, l'émission a un grand roulement de personnages, étant donné le nombre élevé de procès mettant en vedette différents acteurs. Ces personnages de la diversité culturelle ne sont en aucun cas stéréotypés. Par ailleurs, les thèmes abordés dans l'émission ne s'adressent pas aux communautés culturelles. En somme, *Toute la vérité* offre une bonne promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise d'un point de vue quantitatif (le nombre de personnages) mais pas au niveau qualitatif (importance des personnages dans le récit).

Yamaska (TVA, 2014h) est une télésérie dramatique dans laquelle un drame vient chambouler la vie de plusieurs familles granbyennes. L'émission ne fait pas une grande promotion de la diversité culturelle. En effet, seulement sept personnages la représentent pendant les six saisons de la série. Pour l'automne 2013, un seul de ceux-ci apparaît à l'écran. En revanche, il s'agit de l'un des personnages principal de l'émission. Aussi, ce personnage n'est pas stéréotypé. Par ailleurs, les thèmes de l'émission ne s'adressent pas spécialement aux communautés culturelles. Enfin, de manière générale, *Yamaska* ne fait pas une grande promotion de la diversité culturelle malgré que l'un des personnages principaux la représente.

En résumé, la chaîne privée TVA présente neuf émissions différentes dans la plage horaire que nous étudions. Pour l'automne 2013, sept émissions sur neuf ont présenté à un moment ou un autre des invités ou des personnages provenant d'une communauté culturelle. Malgré qu'il y ait présence de diversité culturelle dans la majorité des émissions,

leur présence est minime et n'est pas garantie chaque semaine. Dans les fictions, les personnages issus des communautés culturelles ne sont généralement pas stéréotypés. Nous aurons l'occasion de tirer davantage de conclusions sur la programmation de TVA dans le Chapitre 5 - Présentation des résultats. Dans la prochaine section, nous analysons la programmation de Télé-Québec pour l'automne 2013.

4.4 Télé-Québec

La troisième chaîne de notre étude est Télé-Québec. Il s'agit d'une chaîne généraliste publique francophone appartenant au gouvernement du Québec. Télé-Québec a pour mandat «[...] d'exploiter une entreprise de télédiffusion éducative et culturelle [...]» (Télé-Québec, 2014h). Notre corpus d'émissions pour Télé-Québec en comprend dix, surtout des émissions d'affaires publiques. Les émissions analysées sont *30 secondes pour changer le monde*, *Bazzo.tv*, *Deux hommes en or*, *Homeland*, *Les francs-tireurs*, *National geographic*, *Planète science*, *Une pilule, une petite granule* et *Voir*.

30 secondes pour changer le monde (Télé-Québec, 2014a) est une série documentaire de douze épisodes diffusée à l'automne 2013 dans lesquels sont abordés des enjeux importants de société (suicide, tabagisme, jeu compulsif, violence conjugale, etc.). En ce sens, les thèmes abordés ne s'adressent pas spécifiquement aux communautés culturelles. Ensuite, la diversité culturelle est incarnée par les spécialistes qui se prononcent sur les différents enjeux. Environ 11% de ces intervenants représentent la diversité culturelle. Ainsi, *30 secondes pour changer le monde* fait une promotion moyenne de la diversité culturelle canadienne.

Bazzo.tv (Télé-Québec, 2014b) est une émission d'affaires publiques dans laquelle des collaborateurs réguliers et des invités abordent des sujets d'actualité. Parmi les 21 collaborateurs réguliers, trois sont issus d'une communauté culturelle. De plus, pour la saison d'automne 2013, quatre invités représentent la diversité culturelle québécoise et canadienne. Ensuite, certains des sujets abordés dans les émissions de l'automne 2013

concernent les minorités. D'une part, le débat sur la Charte des valeurs québécoises, d'autre part, un débat sur l'état de l'immigration au Québec. En ce sens, *Bazzo.tv* participe à la promotion de la diversité culturelle dans l'espace public québécois.

Curieux Bégin (Télé-Québec, 2014c) est une émission culinaire dans laquelle l'animateur Christian Bégin prépare chaque semaine différentes recettes avec l'aide de quelques-uns de ses 79 «complices». Parmi les 79 complices de l'animateur, 19 sont originaires d'une communauté culturelle. De plus, la diversité culturelle est souvent incarnée dans les plats préparés par les invités. En ce sens, *Curieux Bégin* fait une très bonne promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Deux hommes en or (Télé-Québec, 2014d) est un talk-show animé par Patrick Lagacé et Jean-Philippe Wauthier. À chaque émission, ils reçoivent des personnalités ayant marqué l'actualité politique et culturelle de la semaine. Pour la saison d'automne 2013, seulement cinq invités représentent la diversité culturelle dans les quatorze émissions de la saison. Aussi, le seul thème abordé touchant les communautés culturelles est le débat autour de la Charte des valeurs québécoises du Parti Québécois. En ce sens, *Deux hommes en or* ne fait pratiquement aucune promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Homeland (Showtime, 2014) est une télésérie politique et policière américaine. Des agents de la Central Intelligence Agency (CIA) tentent de déjouer des complots terroristes menaçant la sécurité nationale des États-Unis. La diversité culturelle est bien représentée dans cette émission mais il s'agit de diversité culturelle américaine. Ensuite, les thèmes abordés peuvent toucher les communautés culturelles puisque l'action se déroule en partie dans des pays du Moyen-Orient et met en scène des personnages provenant de ces pays. En revanche, les pays sont choisis car ils peuvent être facilement reliés au terrorisme. En ce sens, les références au Moyen-Orient sont stéréotypées car elles se basent sur l'amalgame Arabes/terrorisme. Ainsi, *Homeland* offre une représentation stéréotypée de la diversité culturelle américaine et ne fait rien pour la promotion de la diversité culturelle canadienne.

Les francs-tireurs (Télé-Québec, 2014e) est une émission animée par les journalistes Richard Martineau et Benoît Dutrizac. Chaque semaine, ils reçoivent des invités connus et moins connus pour aborder divers sujets politiques, culturels et sociaux. Pour la saison d'automne 2013, quelques thèmes peuvent toucher les communautés culturelles du Québec et du Canada, soit la Charte des valeurs québécoises, les corridas et le terrorisme islamique. La diversité culturelle est également incarnée par les invités de l'émission. À l'automne 2013, huit invités la représentent dans les treize émissions de la saison. Ainsi, *Les francs-tireurs* fait une promotion relativement bonne de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

National geographic (Télé-Québec, 2014f) est une émission présentant des documentaires scientifiques portant majoritairement sur la nature et l'environnement. L'émission fait une bonne promotion de la diversité culturelle. Toutefois, la diversité représentée en est une mondiale, c'est-à-dire que les thèmes abordés dans les documentaires sont reliés à des phénomènes naturels de partout dans le monde et impliquent des cultures de tous les coins du globe. À cet effet, les communautés culturelles canadiennes et québécoises peuvent se reconnaître dans les thèmes de l'émission. En somme, *National geographic* fait une bonne promotion de la diversité culturelle bien que cette diversité ne soit pas canadienne ou québécoise.

Planète science (Télé-Québec, 2014g) est une émission dans laquelle sont présentés des documentaires portant surtout sur la science et la médecine. Les sujets abordés pendant la saison d'automne 2013 (autisme, découvertes médicales, quotient intellectuel, etc.) ne s'adressent pas spécialement aux communautés culturelles et les intervenants dans les documentaires ne sont pas issus de minorités canadiennes ou québécoises. En ce sens, *Planète science* ne fait pas une bonne promotion de la diversité culturelle du Canada et du Québec.

Une pilule, une petite granule (Télé-Québec, 2014i) est une émission qui présente des reportages documentaires sur des enjeux médicaux et de santé publique. Chaque semaine, les animateurs tentent de démystifier une maladie ou un problème de santé

publique en faisant intervenir des experts. Pour la saison d'automne 2013, seulement cinq intervenants représentent la diversité culturelle dans les douze émissions de la saison. De plus un seul thème peut toucher les communautés culturelles, soit la visite d'une clinique médicale au Mexique. Toutefois, cette clinique offre de mauvaises pratiques médicales selon les experts canadiens. En ce sens, *Une pilule, une petite granule* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Voir (Télé-Québec, 2014j) est une émission culturelle présentant les nouvelles récentes du milieu culturel québécois. Chaque semaine, l'animateur Sébastien Diaz reçoit différents invités pour parler de leurs plus récents projets. Pour la saison d'automne 2013, huit invités représentent la diversité culturelle du Canada et du Québec dans les treize émissions de la saison. De plus, aucun des thèmes ou sujets abordés avec les invités ne concerne les communautés culturelles. En ce sens, *Voir* fait une promotion moyenne de la diversité culturelle canadienne et québécoise.

En résumé, la chaîne publique Télé-Québec présente dix émissions différentes dans la plage horaire que nous étudions. Pour l'automne 2013, sept émissions sur dix ont présenté à un moment ou un autre des invités ou ont abordé des thèmes représentant la diversité culturelle canadienne et québécoise. Malgré qu'il y ait présence de diversité culturelle dans la majorité des émissions, leur présence est marginale et n'est pas garantie chaque semaine. Nous aurons l'occasion de tirer davantage de conclusions sur la programmation de Télé-Québec dans le Chapitre 5 - Présentation des résultats. Dans la prochaine section, nous analysons la programmation de CBC pour l'automne 2013.

4.5 Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

La quatrième chaîne à l'étude est CBC. Il s'agit du diffuseur public anglophone canadien. En ce sens, son mandat est le même que celui d'Ici Radio-Canada Télé, soit de «[...] (ii) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays [et] (viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada [...]»(Loi sur la

radiodiffusion, 1991, article 3, p.5). Nous analysons onze émissions de cette chaîne: *22 minutes*, *Cracked*, *Crossing lines*, *Doc zone*, *Dragon's den*, *Marketplace*, *Murdoch mysteries*, *Republic of Doyle*, *Rick Mercer report*, *The fifth estate* et *The nature of things*.

22 minutes (Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 2014j) est une émission humoristique et satirique où les acteurs parodient des personnages de l'actualité canadienne. Parmi les quatre acteurs principaux, un seul est issu d'une communauté culturelle. Les thèmes abordés concernent surtout l'actualité politique canadienne mais peuvent toucher les communautés culturelles si l'actualité le requiert. En guise d'exemple, les acteurs ont abordé, dans la saison d'automne 2013, le débat entourant la Charte des valeurs québécoises. De plus, plusieurs stéréotypes sont présents dans l'émission, mais cela ne touche que les personnages parodiés, l'émission étant satirique. Ainsi, de manière générale, *22 minutes* fait une bonne représentation de la diversité culturelle canadienne.

Cracked (CBC, 2014a) est une œuvre de fiction mêlant enquêtes policières et psychologie. Parmi les cinq acteurs principaux, trois sont membres d'une communauté culturelle. Ensuite, les thèmes abordés dans la série sont toujours reliés à des meurtres et à des enquêtes policières. En ce sens, ils ne s'adressent pas aux communautés culturelles. Finalement, les personnages ne sont pas stéréotypés de façon négative. Ainsi, de manière générale, *Cracked* fait une bonne représentation de la diversité culturelle du Canada.

Crossing lines (National Broadcasting Company, 2014b) est une série policière internationale d'origine allemande, américaine et française dont la première saison a été diffusée sur les ondes de CBC à l'automne 2013. Dans l'intrigue de l'émission, les personnages principaux proviennent de plusieurs pays et se regroupent dans une unité policière internationale pour contrer des criminels agissant sur la scène mondiale. Il y a présence de diversité culturelle dans cette émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. Les thèmes de l'émission ne s'adressent pas aux communautés culturelles mais l'idée de diversité culturelle est présente dans la façon d'enquêter: la concertation entre des policiers des quatre coins du monde est plus efficace

qu'une action individuelle. Malgré cela, *Crossing lines* ne fait aucun effort pour représenter la diversité culturelle canadienne et québécoise.

Doc zone (CBC, 2014b) est une émission d'affaires publiques animée par l'auteure et actrice Ann-Marie MacDonald. À chaque émission, son équipe présente des reportages sur des enjeux politiques, sociaux, environnementaux, etc. qui concernent les Canadiens. La présence de diversité culturelle dépend des reportages présentés. Pour l'automne 2013, une seule émission peut toucher les communautés culturelles du Canada et du Québec, soit un reportage sur la vie de Nelson Mandela. Ainsi, de manière générale, *Doc zone* ne fait pas la promotion de la diversité culturelle canadienne.

Dragon's den (CBC, 2014c) est une télé-réalité où des entrepreneurs viennent présenter leur projet à des hommes et des femmes d'affaires accomplis (les dragons). Ceux-ci décident s'ils investissent dans le projet ou non. Pour la saison d'automne 2013, un des cinq dragons est issu d'une communauté culturelle. La diversité culturelle est également présente parmi les entrepreneurs invités à l'émission. Néanmoins, les thèmes de l'émission ne s'adressent pas aux communautés culturelles. En somme, *Dragon's den* participe à la promotion de la diversité culturelle canadienne bien que celle-ci ne soit pas présente dans chaque émission.

Marketplace (CBC, 2014d) est une émission d'affaires publiques où les animateurs tentent de coincer des fraudeurs en donnant la parole à des consommateurs floués. L'émission ne fait aucune place à la diversité culturelle. En effet, ni les animateurs, ni les sujets abordés ne reflètent les communautés culturelles ou leurs préoccupations. Ainsi, *Marketplace* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

Murdoch mysteries (CBC, 2014e) est une série policière se déroulant vers la fin du 19^e siècle. Les personnages font partie de la bourgeoisie canadienne et anglaise. En raison de l'époque dans laquelle l'action se déroule, les thèmes ne concernent pas les communautés culturelles. En effet, à la fin du 19^e siècle, l'immigration au Canada en était seulement à ses premiers balbutiements. Toutefois, un des cinq personnages principaux de

la série est issu d'une communauté culturelle. Malgré cela, *Murdoch mysteries* ne fait pas une bonne représentation de la diversité culturelle du Canada.

Republic of Doyle (CBC, 2014f) est une série policière où la diversité culturelle est faiblement représentée. En effet, aucun des acteurs principaux n'est issu d'une communauté culturelle; seulement quelques personnages secondaires le sont. Ensuite, les thèmes de l'émission ne concernent pas les communautés culturelles. Finalement, les personnages ne sont pas stéréotypés. En somme, *Republic of Doyle* ne fait pas la promotion de la diversité culturelle canadienne.

Rick Mercer report (CBC, 2014g) est une émission humoristique et satirique dans laquelle l'animateur parodie l'actualité et les politiciens canadiens. L'émission ne présente aucune communautés culturelles à l'écran et n'aborde pas des thèmes pouvant toucher ces communautés. En ce sens, *Rick Mercer report* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

The fifth estate (CBC, 2014h) est une émission dans laquelle sont présentés des reportages d'enquêtes. Chaque semaine, l'émission présente des reportages sur des enjeux politiques, sociaux et environnementaux du Canada. La présence de diversité culturelle dépend des reportages présentés, étant donné qu'aucun des journalistes-animateurs n'est issu d'une communauté culturelle. Pour l'automne 2013, deux émissions peuvent toucher les communautés culturelles canadiennes. D'une part, l'effondrement d'une usine de textiles au Bangladesh dont les produits sont vendus un peu partout au Canada. D'autre part, un reportage sur des Nord-Coréens qui ont fui leur pays pour venir s'installer au Canada. Ainsi, de manière générale, *The fifth estate* ne fait pas une grande promotion de la diversité culturelle canadienne.

The nature of things (CBC, 2014i) est une émission scientifique animée par l'environnementaliste David Suzuki. Chaque semaine, l'émission présente des reportages d'inspiration scientifique sur des enjeux environnementaux, culturels et médicaux du Canada et du monde entier. La présence de diversité culturelle dépend des reportages

présentés mais est également incarnée par l'animateur de l'émission. Pour la saison d'automne 2013, quelques émissions concernent la diversité culturelle: un reportage sur les cultures autochtones à l'écart de la modernité et un reportage sur une tribu de chasseurs-cueilleurs comme point de départ pour une réflexion sur les modes de consommation des aliments dans les sociétés occidentales. Ces reportages ne présentent pas nécessairement la diversité culturelle canadienne mais peuvent tout de même toucher les communautés culturelles. En somme, *The nature of things* fait une certaine promotion de la diversité culturelle du Canada.

En résumé, la chaîne publique CBC présente onze émissions différentes dans la plage horaire que nous étudions. Pour l'automne 2013, sept émissions sur onze ont présenté à un moment ou un autre des invités ou des personnages provenant d'une communauté culturelle. Malgré qu'il y ait présence de diversité culturelle dans la majorité des émissions, leur présence est minime et n'est pas garantie chaque semaine. Dans les fictions, les personnages ne sont la plupart du temps pas stéréotypés négativement. Dans les fictions, les personnages issus des communautés culturelles ne sont pas stéréotypés. Nous aurons l'occasion de tirer davantage de conclusions sur la programmation de CBC dans le Chapitre 5 - Présentation des résultats. Dans la prochaine section, nous analysons la programmation de CTV pour l'automne 2013.

4.6 CTV

La cinquième chaîne de notre étude est CTV. Il s'agit d'une chaîne généraliste privée anglophone. Elle appartient à Bell Media, une filiale de Bell Canada Enterprise (BCE). Notre analyse de CTV se base sur onze émissions: *Arrow*, *Criminal minds*, *Grimm*, *Grey's anatomy*, *Junior masterchef*, *Marvel's agent of S.H.I.E.L.D.*, *The big bang theory*, *The Goldbergs*, *The voice*, *Trophy wife* et *Two and a half men*.

Arrow (CTV, 2014b) est une série de science-fiction américaine inspirée des bandes dessinées de DC Comics mettant en vedette le super héros Green Arrow. Celui-ci a pour

mission d'enrayer le crime dans la ville de Starling City. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Ainsi, *Arrow* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

Criminal minds (CTV, 2014c) est une série policière américaine mettant en vedette une division du Federal Bureau of Investigation (FBI) spécialisée dans l'analyse comportementale des criminels qu'ils recherchent. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Aussi, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *Criminal minds* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

Grimm (CTV, 2014d) est une série policière fantastique américaine dans laquelle une unité de chasseurs se bat pour éliminer les créatures surnaturelles du monde. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Aussi, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *Grimm* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

Grey's anatomy (CTV, 2014e) est une série américaine mettant en vedette les médecins d'un hôpital de Seattle. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Par ailleurs, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Ainsi, *Grey's anatomy* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

Junior masterchef (CTV, 2014f) est une émission de télé-réalité culinaire américaine dont la particularité est d'avoir des concurrents dont l'âge varie entre huit et treize ans. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Par ailleurs, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *Junior masterchef* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

Marvel's agent of S.H.I.E.L.D. (CTV, 2014g) est une série de science-fiction américaine inspirée des bandes dessinées de Marvel Comics mettant en vedette une cellule d'espions dont le mandat est de lutter contre les éléments surnaturels de la planète. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Par ailleurs, les thèmes abordés dans l'émission ne s'adressent pas spécialement aux communautés culturelles, à l'exception de quelques moments où l'action se déroule en Amérique du Sud et en Asie. Malgré cela, *Marvel's agent of S.H.I.E.L.D.* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

The big bang theory (CTV, 2014h) est une comédie américaine mettant en vedette des ingénieurs et des physiciens davantage préoccupés par leurs expériences que par leur vie sociale. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Ainsi, *The big bang theory* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

The Goldbergs (CTV, 2014i) est une comédie américaine mettant en vedette les Goldberg, une famille typiquement américaine des années 1980. Chaque semaine, nous assistons à leurs cocasses péripéties, les personnages étant les stéréotypes d'une famille américaine légèrement disjonctée. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est

une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Aussi, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *The Goldbergs* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

The voice (CTV, 2014a) est une télé-réalité musicale américaine. Chaque semaine, les participants sont en compétition pour gagner le concours et le grand prix qui y est associé. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Par ailleurs, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *The voice* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

Trophy wife (ABC, 2014) est une comédie américaine dont l'action se déroule autour du mariage entre une jeune femme qui aime faire la fête et un homme beaucoup plus vieux qu'elle. Des péripéties surviennent en raison des deux ex-femmes et des trois enfants de l'homme. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Ainsi, *Trophy wife* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

Two and a half men (CTV, 2014j) est une comédie américaine dont l'histoire se déroule autour de deux amis qui ont de la difficulté à concilier adéquatement travail, famille, argent et amour. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Aussi, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *Two and a half men* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

En résumé, la chaîne privée CTV présente onze émissions différentes dans la plage horaire que nous étudions. Pour l'automne 2013, toutes les émissions ont présenté à un moment ou un autre des personnages ou des concurrents provenant d'une communauté culturelle. Toutefois, la diversité culturelle présentée n'est ni canadienne, ni québécoise. En effet, toutes les émissions sont des productions américaines qui présentent la diversité culturelle américaine uniquement. Nous aurons l'occasion de tirer davantage de conclusions sur la programmation de CTV dans le Chapitre 5 - Présentation des résultats. Dans la prochaine section, nous analysons la programmation de Global pour l'automne 2013.

4.7 Global

La sixième et dernière chaîne de notre étude est Global. Il s'agit d'une chaîne généraliste privée anglophone. Global est la propriété de Shaw Media, une filiale de Shaw Communications. Notre analyse de Global se base sur treize émissions: *Almost human*, *Bones*, *Glee*, *Hawaii five-0*, *NCIS*, *NCIS: LA*, *Parenthood*, *Sean saves the world*, *Sleepy hollow*, *Survivor*, *The Michael J. Fox show*, *The Millers* et *Welcome to the family*.

Almost human (TV.COM, 2014) est une série de science-fiction américaine. L'histoire se déroule dans un futur lointain où le taux de criminalité a explosé en raison de l'évolution de la technologie. Pour combattre cette hausse des crimes, les policiers sont désormais accompagnés de robots de combat. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Aussi, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Ainsi, *Almost human* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

Bones (Global, 2014a) est une série policière américaine mettant en vedette une anthropologiste judiciaire qui résout les crimes à partir des restes de cadavres humains. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle

canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *Bones* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

Glee (FOX, 2014) est une comédie musicale américaine mettant en vedette les élèves d'une école secondaire américaine. Ceux-ci font partie de la chorale de leur école et doivent composer avec les défis sociaux qu'impose l'adolescence. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Ainsi, *Bones* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

Hawaii five-0 (Global, 2014b) est une série policière américaine. L'émission suit les péripéties d'une escouade de policiers d'élite qui combattent le crime dans l'État américain d'Hawaii. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Par ailleurs, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. En somme, *Hawaii five-0* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

NCIS (Global, 2014c) est une série policière américaine dont l'action se déroule autour des agents du *Naval Criminal Investigative Service*, une division enquêtant sur des crimes impliquant les forces navales américaines et le corps des Marines. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Aussi, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *NCIS* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

NCIS: LA (Global, 2014d) est une série policière américaine. Elle met en vedette une division du *Naval Criminal Investigative Service* qui est basée à Los Angeles et qui se spécialise dans des missions impliquant des agents doubles. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Ainsi, *NCIS: LA* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

Parenthood (Global, 2014e) est une comédie américaine qui raconte les péripéties d'une famille de frères et sœurs, de leur conjoint et de leurs enfants. Ceux-ci doivent apprendre à conjuguer travail, étude, vie familiale et vie sociale. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Par ailleurs, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. En somme, *Parenthood* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

Sean saves the world (National Broadcasting Company, 2014a) est une comédie américaine. L'action se déroule autour du personnage de Sean, un père homosexuel divorcé qui doit apprendre à concilier travail et famille lorsque sa fille de quatorze ans emménage avec lui. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Aussi, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. En définitive, *Sean saves the world* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

Sleepy hollow (Global, 2014f) est une série policière fantastique américaine. L'action se déroule dans la ville américaine de Sleepy Hollow, alors que la résurrection deux cents ans après leur mort d'un soldat et d'une créature fantastique vient compromettre la paix

dans la ville. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Ainsi, *Sleepy hollow* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

Survivor (Global, 2014g) est une émission de téléréalité américaine. Chaque semaine, les participants s'affrontent dans des compétitions mêlant aptitudes physiques et conditions extrêmes afin de remporter le premier prix. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. À cet effet, *Survivor* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

The Michael J. Fox show (National Broadcasting Company, 2014c) est une comédie américaine mettant en vedette un populaire lecteur de nouvelles américain. Ce dernier revient en ondes cinq ans après avoir pris une pause en raison d'un diagnostic de la maladie de Parkinson, ce qui occasionne de nouvelles difficultés dans sa conciliation travail-famille. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Par ailleurs, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. En somme, *The Michael J. Fox show* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

The Millers (CBS, 2014) est une comédie américaine mettant en vedette Nathan Miller, un journaliste récemment divorcé et sa sœur Debbie. Inspiré par ce divorce, leur père décide d'en faire autant et de quitter leur mère. La vie de chacun sera déstabilisée lorsque la mère de Nathan décide d'aller vivre chez lui, et le père de Nathan chez Debbie. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en

ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. Aussi, l'émission n'aborde pas des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. En définitive, *The Millers* ne fait aucun effort de promotion de la diversité culturelle canadienne.

Welcome to the family (National Broadcasting Company, 2014d) est une comédie américaine mettant en vedette deux familles américaines à l'opposé l'une de l'autre: l'une est américaine et blanche dont la fille peine à réussir ses études, l'autre est latino-américaine dont le garçon est premier de classe. Plusieurs péripéties cocasses surviennent alors que les deux familles devront cohabiter en raison de l'union du garçon et de la fille. Il y a présence de diversité culturelle dans l'émission, mais il ne s'agit pas de diversité culturelle canadienne ou québécoise. En effet, l'émission est une production américaine, en ce sens, la diversité culturelle représentée à l'écran est américaine. De plus, l'émission aborde un thème qui peut toucher les communautés culturelles, soit la rencontre entre deux familles aux origines ethniques différentes. Malgré cela, *Welcome to the family* ne fait aucune promotion de la diversité culturelle canadienne.

En résumé la chaîne privée Global présente treize émissions différentes dans la plage horaire que nous étudions. Pour l'automne 2013, toutes les émissions ont présenté à un moment ou un autre des personnages ou des concurrents provenant d'une communauté culturelle. Toutefois, la diversité culturelle présentée n'est ni canadienne, ni québécoise. En effet, toutes les émissions sont des productions américaines qui présentent la diversité culturelle américaine uniquement. Nous aurons l'occasion de tirer davantage de conclusions sur la programmation de Global et des cinq autres chaînes de notre étude dans le prochain chapitre, soit le Chapitre 5 intitulé Présentation des résultats.

CHAPITRE V

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Le chapitre 5 de notre mémoire de maîtrise est consacré à la présentation des résultats de notre analyse de contenu mixte de six chaînes généralistes canadiennes et québécoises (Ici Radio-Canada Télé, TVA, Télé-Québec, CBC, CTV et Global) du lundi au vendredi à heure de grande écoute (20h à 22h) pour l'automne 2013. Nous commençons par la description et l'interprétation de nos résultats pour chaque chaîne en regard de ce que nous avons inscrit dans la grille d'analyse. Ensuite, nous comparons les résultats obtenus par les six chaînes et nous exposons certaines remarques observées pendant le processus d'analyse. Finalement, nous faisons un retour sur notre question de recherche et nous commentons de façon personnelle les résultats obtenus dans l'analyse de contenu.

5.1 Ici Radio-Canada Télé

Ici Radio-Canada Télé (Tableau 2 en Annexe) est la première chaîne que nous étudions. D'un point de vue quantitatif, il y a présence de diversité culturelle dans neuf émissions sur les onze à l'étude (82%). La présence de diversité culturelle est toutefois très faible. En effet, il y a le plus souvent un seul personnage ou invité par émission qui la représente pendant la saison d'automne 2013. De plus, lorsqu'il s'agit d'émissions de fiction, les personnages sont tous secondaires, aucun ne jouent un rôle principal. Ces personnages ne sont toutefois pas stéréotypés. En fait, une seule émission de fiction sur six (17%) présente un personnage représentant la diversité culturelle de façon stéréotypée.

Finalement, seulement deux émissions sur les onze à l'étude (18%) abordent des sujets pouvant toucher les communautés culturelles. Les émissions en question sont des émissions d'affaires publiques (*Après tout, c'est vendredi!* et *Enquête*) et les sujets abordés

sont la Charte des valeurs québécoises du gouvernement québécois de l'époque et un effondrement dans une usine de textiles au Bangladesh dont les produits sont vendus un peu partout au Canada.

5.2 TVA

TVA (Tableau 3 en Annexe) est la deuxième chaîne à l'étude. Au niveau quantitatif, sept émissions sur les neuf retenues (89%) contiennent de la diversité culturelle canadienne. Au total, quatre personnages principaux et 38 secondaires apparaissent à l'écran dans la saison d'automne 2013. Ce nombre semble élevé mais il est gonflé par l'émission *Toute la vérité*, dans laquelle 27 personnages ne participent que très brièvement à la trame narrative (le plus souvent pour un épisode seulement). Aussi, une émission sur les quatre de fiction (25%) présente un personnage stéréotypé. Il s'agit de l'émission *Le gentleman* dans laquelle un immigrant participe à un réseau de trafic de personnes.

Par ailleurs, trois émissions sur les neuf à l'étude (33%) abordent des sujets pouvant toucher les communautés culturelles. Il s'agit d'abord de *Ça finit bien la semaine*, où les cinq invités issus de communautés culturelles se font questionner à propos de leurs origines et de leur adaptation à la société québécoise. Ensuite, *Ça va chauffer!*, où les deux équipes qui représentent la diversité culturelle apprêtent des plats en s'inspirant de la cuisine de leur pays d'origine. Finalement, la série *Le gentleman* dans laquelle le trafic de personnes est omniprésent durant l'automne 2013.

5.3 Télé-Québec

Télé-Québec (Tableau 4 en Annexe) est la troisième chaîne que nous étudions. D'un point de vue quantitatif, Télé-Québec représente la diversité culturelle canadienne et québécoise dans sept émissions sur les dix à l'étude (70%). Cette diversité culturelle est stéréotypée dans la seule émission de fiction de la chaîne (100%). En effet, dans la série *Homeland*, il existe un lien fort entre le terrorisme et les personnages de l'émission venant

du Moyen-Orient. De plus, concernant *Homeland*, il est impossible de dire si les personnages de la diversité sont principaux ou secondaires puisque la diversité culturelle présentée à l'écran est la diversité culturelle américaine.

Finalement, six émissions sur dix (60%) abordent des thèmes qui peuvent toucher les communautés culturelles. Cela est dû au grand nombre d'émissions d'affaires publiques à Télé-Québec. Parmi les thèmes abordés, mentionnons le projet de Charte des valeurs québécoises, un débat sur l'état de l'immigration au Québec, de la cuisine reflétant la diversité culturelle canadienne et une fiction se déroulant au Moyen-Orient.

5.4 CBC

CBC (Tableau 5 en Annexe) est la quatrième chaîne à l'étude. Au niveau quantitatif, six émissions sur onze (55%) présentent la diversité culturelle canadienne. Dans les quatre émissions de fiction, les personnages ne sont jamais stéréotypés (0%). De plus, il y a présence de quatre personnages principaux et de quelques personnages secondaires seulement.

Aussi, près de la moitié des émissions abordent des thèmes qui peuvent toucher les préoccupations des communautés culturelles du Canada, soit cinq émissions sur onze (45%). Quatre de celles-ci sont des émissions d'affaires publiques. Parmi ces thèmes, mentionnons la Charte des valeurs québécoises et des reportages sur la vie de Nelson Mandela, sur des réfugiés nord-coréens et sur des sociétés indigènes vivant en marge de la modernité.

5.5 CTV

La cinquième chaîne que nous avons analysée est CTV (Tableau 6 en Annexe). CTV ne fait aucune place à la diversité culturelle canadienne. En effet, les onze émissions à l'étude sont des productions américaines et nous considérons que ce qui est produit au

États-Unis, dans le contexte législatif américain, ne peut représenter la diversité culturelle canadienne. En ce sens, aucune des émissions à l'écran à heure de grande écoute ne fait la promotion de la diversité culturelle canadienne (0%).

À cet effet, il est impossible de dire si les personnages à l'écran sont principaux ou secondaires puisque qu'aucun de ces personnages ne représente la diversité culturelle canadienne.

Finalement, les thèmes abordés dans les émissions peuvent tout de même rejoindre les communautés culturelles canadiennes, bien qu'il s'agisse d'émissions américaines. Une seule émission (9%) présente un thème en ce sens, soit *Marvel's agent of S.H.I.E.L.D.*, où l'action se déroule un peu au Pérou et en Asie.

5.6 Global

La sixième et dernière chaîne de notre analyse est Global (Tableau 7 en Annexe). Global ne fait aucune place à la diversité culturelle canadienne. En effet, les treize émissions à l'étude sont des productions américaines et nous considérons, au même titre que pour CTV, que ce qui est produit au États-Unis, dans le contexte législatif américain, ne peut représenter la diversité culturelle canadienne. En ce sens, aucune des émissions à l'écran à heure de grande écoute ne fait la promotion de la diversité culturelle canadienne (0%).

À cet effet, il est impossible de dire si les personnages à l'écran sont principaux ou secondaires puisque qu'aucun de ces personnages ne représente la diversité culturelle canadienne.

Enfin, les thèmes abordés dans les émissions peuvent tout de même toucher les communautés culturelles canadiennes, bien qu'il s'agisse d'émissions américaines. Une seule émission (8%) présente un thème en ce sens, soit *Welcome to the family*, dans laquelle une famille blanche traditionnelle américaine doit cohabiter avec une famille latino-américaine.

Nous venons de présenter les résultats de notre analyse de contenu pour chaque chaîne. Dans la section suivante, nous présentons les résultats de façon à comparer entre eux les résultats des différentes chaînes.

5.7 Comparaison entre les chaînes

Le tableau de la page suivante nous permet d'avoir une vue d'ensemble sur les résultats de chaque chaîne pour chaque catégorie d'analyse.

D'abord, au niveau de la présence de diversité culturelle canadienne dans les émissions, Ici Radio-Canada Télé offre le meilleur rendement avec 82% de présence, suivie par TVA (78%), Télé-Québec (70%), CBC (55%), CTV (0%) et Global (0%).

Ensuite, parmi les thèmes abordés dans chaque émission, Télé-Québec est la chaîne qui réussit le mieux avec 60% de ses émissions qui ont abordé au moins un thème pouvant toucher les communautés culturelles. CBC (45%), TVA (33%), Ici Radio-Canada Télé (18%), CTV (9%) et Global (8%) viennent compléter le palmarès.

Au niveau des types de personnages présentés dans les émissions de fiction (personnages principaux, secondaires ou figurants), TVA se démarque avec quatre personnages principaux et 38 secondaires. La deuxième chaîne en liste est CBC avec quatre personnages principaux et quelques personnages secondaires. Ici Radio-Canada Télé vient au troisième rang avec seulement six personnages secondaires pour la saison d'automne 2013. Télé-Québec, CTV et Global n'ont aucune donnée dans cette catégorie. En effet, Télé-Québec ne présente qu'une émission de fiction et il ne s'agit pas d'une émission canadienne, au même titre que CTV et Global qui ne diffusent aucune émission canadienne.

Au niveau du quatrième et dernier critère d'analyse (les personnages dans les émissions de fiction sont-ils stéréotypés?), CBC et Global partagent le meilleur rendement avec aucune émission (0%) dont les personnages sont stéréotypés. CTV est troisième avec

11% des émissions stéréotypées. Ici Radio-Canada Télé (17%), TVA (25%) et Télé-Québec (100%²³) complètent la liste.

Tableau 5.1: Données recueillies pour les chaînes à l'étude

Chaînes	Élément qualitatif	Éléments quantitatifs		
	Présence de diversité culturelle canadienne?	Thèmes qui touchent les communautés culturelles?	Personnages principaux, secondaires ou figurants?	Personnages stéréotypés?
Ici Radio-Canada Télé	82%	18%	0 principaux, 6 secondaires	17%
TVA	78%	33%	4 principaux, 38 secondaires	25%
Télé-Québec	70%	60%	N/A	100%
CBC	55%	45%	4 principaux, quelques secondaires	0%
CTV	0%	9%	N/A	11%
Global	0%	8%	N/A	0%
Anglophones	18%	21%	4 principaux, quelques secondaires	4%
Francophones	77%	37%	4 principaux, 44 secondaires	47%
Privées	26%	17%	4 principaux, 38 secondaires	12%
Publiques	69%	41%	4 principaux, 6 secondaires	39%

Nous avons également regroupé les chaînes selon la langue utilisée dans les émissions (l'anglais ou le français) et selon leur statut légal (chaîne publique ou privée).

²³ Le mauvais résultat de Télé-Québec s'explique par la présence de stéréotypes dans sa seule émission de fiction, qui est une production américaine.

D'abord, les chaînes francophones (Ici Radio-Canada Télé, TVA et Télé-Québec) offrent une meilleure représentation de la diversité culturelle canadienne dans les émissions avec une présence de 77%, comparativement aux chaînes anglophones (CBC, CTV et Global) qui n'offrent que 18% de présence. Les chaînes francophones abordent également davantage de thèmes pouvant concerner les communautés culturelles: 37% contre 21% pour les chaînes anglophones. Le nombre de personnages issus des communautés culturelles est aussi plus élevé du côté des chaînes francophones. La seule catégorie où les médias anglophones obtiennent de meilleurs résultats est au niveau des personnages stéréotypés. En effet, seulement 4% des chaînes anglophones ont des personnages stéréotypés dans leurs émissions contre 47% pour les médias francophones. Toutefois, de manière générale, les chaînes francophones font une meilleure promotion de la diversité culturelle canadienne que les chaînes anglophones.

Ensuite, les chaînes publiques (Ici Radio-Canada Télé, Télé-Québec et CBC) font une meilleure représentation de la diversité culturelle canadienne dans les émissions avec une présence de 69%, comparativement aux chaînes privées (TVA, CTV et Global) qui n'offrent que 26% de présence. Les chaînes publiques abordent également davantage de thèmes pouvant concerner les communautés culturelles: 41% contre 17% pour les chaînes privées. Le nombre de personnages issus des communautés culturelles est néanmoins plus élevé du côté des chaînes privées. Les chaînes privées obtiennent aussi de meilleurs résultats au niveau des personnages stéréotypés. En effet, seulement 12% des chaînes privées ont des personnages stéréotypés dans leurs émissions contre 39% pour les médias publics. Toutefois, de manière générale, les chaînes publiques font une meilleure promotion de la diversité culturelle canadienne que les chaînes privées.

Au-delà des résultats obtenus par chaque chaîne dans nos catégories d'analyse, nous avons remarqué certaines tendances quant à la représentation de la diversité culturelle à l'écran. Nous consacrons la section suivante à la présentation de ces constats, avant de faire un retour sur notre question et hypothèse de recherche.

5.8 Quelques constats supplémentaires

La première tendance que nous avons observée est que les émissions d'affaires publiques abordent davantage de thèmes qui concernent les communautés culturelles que les émissions de fiction. Nous croyons que cela est dû au fait qu'il est plus facile d'aborder ces thèmes lorsqu'il n'est pas nécessaire de les lier à la trame narrative d'une émission de fiction. Bref, les différents mandats de ces types d'émissions expliquent en partie pourquoi nous retrouvons davantage de thèmes qui touchent les communautés culturelles dans les émissions d'affaires publiques.

Un deuxième constat est que les émissions culinaires sont également des émissions propices à la présence de la diversité culturelle. En effet, les participants de ces émissions cuisinent souvent des plats qui reflètent leurs origines ethniques. À cet effet, nous sommes d'avis que la nourriture est un élément rassembleur qui réunit les communautés culturelles et la majorité issue des deux peuples fondateurs du Canada. De plus, la diversité culturelle en cuisine permet d'aborder de façon plus concrète l'apport des communautés culturelles à l'enrichissement de la société. La nourriture ayant une connotation positive pour toutes les classes sociales, il s'agit d'un thème qui permet de parler des communautés culturelles davantage de façon positive que négative. Cela marque, selon nous, une rupture avec le discours ambiant négatif associé aux communautés culturelles depuis le 11 septembre 2001, en passant par la « crise » des accommodements raisonnables au Québec, la Commission Bouchard-Taylor et, plus récemment, les attentats terroristes survenus au Canada qui favorisent la stigmatisation de l'Islam. Bref, la nourriture est, selon nous, un thème rassembleur et positif qui favorise l'inclusion sociale des communautés culturelles.

Dans un autre ordre d'idées, nous avons remarqué que les acteurs ayant une ressemblance physique avec une quelconque communauté culturelle sont souvent appelés à jouer des rôles issus de cette communauté culturelle. En effet, il n'est pas rare de voir des acteurs dont l'essentiel de la carrière est composée de ce type de rôles. Par exemple, l'acteur québécois d'origine chilienne Christian de la Cortina, dont les parents ont émigré du Chili pour s'installer au Canada, a uniquement joué des rôles de personnages latino-

américains: *Luis Marquez, Carlo Suarez, Antonio Gomez et Pedro Hermosa* (Qui joue qui?, 2014a). Nous pourrions fournir plusieurs autres exemples de ce genre.

Une autre constatation observée pendant le processus d'analyse concerne les nombreux débats sur la Charte des valeurs québécoises proposée par le gouvernement du Parti Québécois. Nous sommes d'avis que cette abondance de débats sur le sujet est moins liée à la volonté des diffuseurs de promouvoir la diversité culturelle canadienne que de profiter d'un débat politique important pour attirer les cotes d'écoute. Nous croyons que nous faisons face à une stratégie commerciale des médias plutôt qu'à une initiative en faveur de la diversité culturelle.

Parallèlement, l'offre télévisuelle de CTV et de Global (uniquement des productions américaines) pour la période étudiée illustre une stratégie de limiter les coûts de production bien plus que de faire une quelconque promotion de la diversité culturelle (qu'elle soit américaine ou canadienne). En effet, il est plus abordable pour un diffuseur d'acheter les droits pour présenter une production étrangère que de créer de nouveaux contenus. Ce constat rejoint les propos précédemment cités des chercheurs canadiens Guy Lachapelle et Bruno Maltais: «[...] la reproduction est souvent plus rentable que la création de nouveaux produits [...]» (Lachapelle et Maltais, 2005, p. 144). En ce sens, dans le cas de CTV et de Global, les objectifs de promotion de la diversité culturelle canadienne sont relégués au second rang face aux objectifs de rentabilité financière.

Nous faisons maintenant un retour sur notre question et hypothèse de recherche dans la prochaine section de ce chapitre.

5.9 Retour sur la question et l'hypothèse de recherche et discussion

Rappelons d'abord que notre étude vise à déterminer si le Canada, premier pays à avoir ratifié la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005, favorise l'épanouissement de la diversité culturelle ici, au

Canada et au Québec, par des lois, des règlements, des politiques et des programmes. En effet, pour être un promoteur de la diversité culturelle et pour donner suite à leurs engagements internationaux, le Canada et le Québec doivent promouvoir la diversité culturelle au sein du pays.

Notre question de recherche se pose ainsi: Le Canada et le Québec font-ils une promotion efficace de la diversité culturelle dans les médias canadiens et québécois²⁴? L'utilisation du mot *efficace* dans notre question de recherche suggère que la Constitution canadienne, les lois canadiennes, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), les programmes financiers gouvernementaux à la production télévisuelle et l'offre des câblodistributeurs canadiens donnent les moyens aux Canadiens d'observer la représentation de la diversité culturelle canadienne dans la programmation et le contenu des émissions télévisuelles.

L'hypothèse émise lors de la rédaction de notre question de recherche est que, de manière générale, le Canada et le Québec offrent des conditions favorables à la protection et la promotion de la diversité culturelle. Cette hypothèse s'est en partie confirmée.

Premièrement, le Canada offre un cadre législatif et réglementaire fort qui assure une protection efficace de la diversité culturelle canadienne. En effet, la Constitution canadienne et la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991 soulignent l'importance de refléter le caractère multiculturel du pays à travers les services de radiodiffusion. De plus, le CRTC a plusieurs programmes pour favoriser la représentation de la diversité culturelle canadienne dans les médias publics et privés.

Deuxièmement, le Fonds des médias du Canada (FMC) et la SODEC offrent un financement à la production télévisuelle. Dans les deux cas, ce financement a augmenté dans les huit dernières années. Il existe également des crédits d'impôt canadiens et québécois à la création visuelle. Toutefois, il y a peu de sommes réservées à la production télévisuelle ethnique.

²⁴ Rappelons que le média privilégié pour notre étude est la télévision conventionnelle.

Troisièmement, l'offre télévisuelle ethnique des câblodistributeurs canadiens Rogers, Shaw et Vidéotron est nombreuse et diversifiée. En revanche, les consommateurs doivent payer pour avoir accès à ces chaînes ethniques. De plus, il n'y a que quatre chaînes canadiennes qui possèdent une licence de télévision ethnique délivrée par le CRTC.

Quatrièmement, l'analyse de contenu de six chaînes généralistes canadiennes présente, de manière générale, de bonnes statistiques pour la présence de la diversité culturelle à l'écran (excepté CTV et Global), mais, dans les faits, cette présence est souvent très faible. Ensuite, les émissions de fiction ne présentent pas un grand nombre de personnages représentant la diversité culturelle et ceux-ci sont généralement des personnages secondaires. Néanmoins, les personnages de la diversité culturelle ne sont pas stéréotypés à l'écran.

Au niveau des thèmes abordés dans les émissions, Télé-Québec et CBC sont les deux chaînes qui se démarquent. Malgré cela, les statistiques sont gonflées par le débat sur la Charte des valeurs québécoises qui est un thème récurrent dans plusieurs émissions différentes.

Ainsi, à notre question de recherche, nous répondons que le Canada et le Québec font une promotion efficace de la diversité culturelle d'un point de vue législatif et réglementaire, mais que ces efforts ne se reflètent pas suffisamment au niveau financier et à l'écran. En effet, de nombreuses mesures sont mises en place pour favoriser la représentation de la diversité culturelle dans les contenus télévisuels. Toutefois, celle-ci n'est représentée que faiblement à l'écran. Nous croyons qu'il existe plusieurs raisons pour expliquer ce phénomène.

D'abord, il semble que les impératifs de rentabilité financière soient responsables du peu de diversité culturelle à l'écran. Les communautés culturelles sont en minorité au Canada face à la majorité issue des deux peuples fondateurs du pays. En ce sens, les communautés culturelles ne constituent pas un groupe assez nombreux pour qu'il soit important d'offrir des contenus télévisuels leur étant dédiés. Une conséquence de cette

situation est qu'il n'y a que quatre chaînes canadiennes possédant une licence de télévision ethnique.

Dans le même ordre d'idées, il est moins dispendieux de présenter des contenus américains que de produire ses propres émissions. Comme il a été mentionné précédemment, il s'agit de la stratégie adoptée par CTV et Global, qui ne présentent que des émissions américaines dans la plage horaire étudiée.

Une autre raison du peu de diversité culturelle dans les contenus télévisuels peut provenir du contexte politique actuel. En effet, l'agenda politique canadien et québécois est à l'heure de l'austérité budgétaire et au contrôle des dépenses publiques. Ce contexte n'est donc pas propice à la création ou au renforcement de programmes favorisant la promotion de la diversité culturelle. Nous pouvons observer cette tendance dans le financement gouvernemental pour la production télévisuelle qui n'a que faiblement augmenté dans les huit dernières années.

En résumé, le Canada et le Québec font un bon effort de promotion de la diversité culturelle canadienne mais ces efforts ne se traduisent pas par une représentation acceptable des communautés culturelles dans les médias canadiens et québécois. La rentabilité financière des entreprises est la première responsable de cette situation, mais le contexte politique actuel ne favorise pas les investissements dans la promotion de la diversité culturelle à la télévision.

Nous dédions la dernière section du chapitre 5 à la présentation des limites de notre étude.

5.10 Limites de notre étude

Cette section est consacrée aux limites de notre analyse. En effet, celle-ci n'est pas sans quelques lacunes et il est important d'en mentionner les limites.

D'abord, nous nous sommes limités aux émissions diffusées du lundi au vendredi, entre 20h et 22h. Il aurait été intéressant d'inclure le dimanche soir dans notre analyse ainsi que d'allonger la période d'écoute pour inclure des émissions d'information. En effet, le dimanche soir est une plage horaire où les chaînes présentent des émissions populaires et dont les cotes d'écoute sont élevées. De plus, inclure des émissions d'information aurait permis d'augmenter le nombre d'émissions susceptibles d'aborder des thèmes pouvant toucher les communautés culturelles et il aurait été intéressant d'analyser le traitement médiatique qui leur est accordé dans ce type d'émissions. Aussi, nous devons nous restreindre à une certaine plage horaire et nous croyons que celle retenue permet de poser un regard fiable sur la présence de la diversité culturelle à la télévision. En ce sens, cette limite ne permet pas de compromettre la pertinence des résultats obtenus dans notre analyse de contenu.

Une deuxième limite concerne la catégorie *Thèmes qui touchent les communautés culturelles?* de notre analyse de contenu. Dans cette catégorie, nous retenons seulement les thèmes qui concernent spécifiquement les communautés culturelles. Ainsi, nous excluons de cette catégorie des thèmes comme les relations familiales, la conciliation travail-étude-famille, etc. Pourtant, ces thèmes s'adressent à chaque individu d'une société et ce, peu importe leurs origines ethniques. En ce sens, retenir uniquement les thèmes qui concernent spécifiquement les communautés culturelles revient à créer d'emblée un clivage entre les communautés culturelles et la majorité canadienne issue des deux peuples fondateurs. Cependant, nous croyons qu'il est nécessaire de procéder de cette façon afin de connaître l'importance réservée aux communautés culturelles dans les émissions. Si nous avions procédé autrement, nous n'aurions pu déterminer les chaînes qui consacrent le plus de ressources pour rejoindre les intérêts des communautés culturelles.

La troisième et dernière limite de notre étude concerne la catégorie *Présence de diversité culturelle canadienne?* de notre analyse de contenu. Dans le tableau 7, cette catégorie permet d'établir s'il y a présence ou non de diversité culturelle, mais elle ne permet pas de dire si cette présence est importante ou non. Pour pallier à cette lacune, le

lecteur doit se référer aux tableaux 1 à 6, en annexe, où les résultats pour chaque chaîne permettent de quantifier l'importance de la présence de la diversité culturelle dans les émissions.

Nous présentons les conclusions finales de notre mémoire de maîtrise dans la prochaine section.

CONCLUSION

Ce mémoire de maîtrise vise à dresser un portrait des efforts faits au Canada et au Québec pour protéger et promouvoir la diversité culturelle dans les médias, plus particulièrement à la télévision. Pour ce faire, le premier chapitre de notre mémoire a présenté la problématique à la base de notre étude. Nous avons ainsi présenté les caractéristiques de la relation entre le commerce et la culture. Plus spécifiquement, il a été question de la double dimension des biens culturels, identitaire et économique, et de la menace que peut avoir le commerce sur l'expression des identités. Ensuite, nous avons abordé la question de la relation entre la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005 et les autres instruments internationaux, notamment l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Enfin, nous avons énoncé notre question de recherche, notre hypothèse de recherche et avons fait valoir la pertinence de notre sujet pour le domaine de la communication.

Le deuxième chapitre a présenté le cadre théorique de notre mémoire de maîtrise. Nous avons d'abord abordé la mondialisation économique et financière des années 1980 avant de présenter la thèse de la résurgence des nationalismes et de l'État-nation comme une conséquence possible de la mondialisation économique et financière. Ensuite, nous avons développé la mondialisation des communications. Cet exercice a permis de comprendre le cadre dans lequel les industries culturelles doivent aujourd'hui évoluer, et les répercussions qu'a le marché sur la diversité des biens culturels. Puis, nous avons expliqué comment la télévision généraliste peut être un catalyseur de la diversité culturelle en favorisant la création de liens sociaux entre les différentes communautés culturelles au sein d'une même société. Par la suite, nous avons tracé l'évolution du concept de diversité culturelle, depuis l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) de 1947. Enfin, nous avons exposé la définition de la «diversité culturelle» telle qu'elle est proposée par l'UNESCO dans le texte de la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* de 2001 et

de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de 2005.

Le troisième chapitre de notre mémoire a présenté la méthodologie que nous avons utilisée dans la rédaction de notre mémoire de maîtrise. Celle-ci nous a permis de répondre à notre question et à notre hypothèse de recherche. Nous avons notamment présenté les techniques d'enquête et de collecte de données et annoncé notre intention d'analyser la diversité culturelle dans la programmation de six chaînes généralistes canadiennes: Ici Radio-Canada Télé, TVA, Télé-Québec, CBC, CTV, et Global.

Le quatrième chapitre de notre mémoire a présenté l'analyse de contenu décrite dans le Chapitre 3 et le cinquième chapitre de notre mémoire a présenté les résultats de l'ensemble de notre recherche. Nous avons d'abord décrit les résultats de chaque chaîne de l'analyse de contenu avant de comparer les chaînes entre elles. Ensuite, nous avons développé quelques réflexions personnelles quant aux résultats obtenus. Puis, nous avons répondu à notre question et à notre hypothèse de recherche et nous avons commenté ce résultat. Enfin, nous avons établi les limites de notre étude.

À la lumière de ce que nous avons abordé dans les cinq chapitres de notre mémoire de maîtrise, nous constatons que l'effort du Canada et du Québec en matière de promotion de la diversité culturelle canadienne sur la scène internationale, dans ses lois, ses programmes et ses règlements ne se reflète pas dans la programmation télévisuelle généraliste à laquelle les Canadiens ont accès. Nous pensons qu'il serait intéressant d'approfondir les raisons pour lesquelles tous les efforts mentionnés précédemment ne se traduisent pas par une meilleure représentation de la diversité culturelle à l'écran, tant au niveau des thèmes que des comédiens et animateurs.

Pour débiter cette réflexion, nous devons souligner qu'il serait faux de croire que la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO de 2005 puisse avoir une quelconque influence sur le contenu télévisuel canadien. Selon nous, la Convention est un outil précieux dans un contexte de mondialisation

économique où le marché vient rompre l'équilibre entre les cultures dans la diffusion de leurs expressions culturelles. Au moment de commencer le projet de Convention, le Canada et le Québec y voyaient notamment un moyen de protéger leur identité nationale sur leur territoire face au marché mondial et face à la forte concurrence américaine. Bien que la Convention soit d'une très grande importance sur la scène internationale, elle ne possède qu'une influence limitée dans la promotion de la diversité culturelle par les gouvernements canadien et québécois. Au niveau national, les gouvernements doivent continuer à être des meneurs mais doivent également être appuyés par le secteur privé et par la société civile.

Au Canada et au Québec, il existe des lois, des programmes et des règlements pour faire la promotion de la diversité culturelle canadienne. Ces règles ne sont cependant pas supportées par les médias dans leur programmation. Les médias privés, comme nous l'avons démontré dans notre analyse de contenu, ne font pas une grande promotion de la diversité culturelle canadienne. Il serait intéressant de pouvoir compter sur un meilleur appui de leur part, mais cette solution nous semble illusoire à court ou moyen terme.

Nous pensons que des initiatives plus modestes provenant de groupes issus de la société civile pourraient avoir un plus grand impact à court terme sur la représentation de la diversité culturelle à la télévision. La création de la chaîne ethnique québécoise *International Channel/Canal International* (ICI) est un pas dans la bonne direction. Cette chaîne offre une programmation dans une quinzaine de langues et s'adresse directement aux différentes communautés culturelles de la région de Montréal. La chaîne *Aboriginal Peoples Television Network* (APTN) peut aussi être citée en exemple. Celle-ci offre une programmation faite par des communautés autochtones et qui s'adresse autant aux communautés autochtones du Canada qu'à ceux voulant en apprendre plus à leur sujet. Davantage de chaînes de cette catégorie, ailleurs au Canada, pourraient ainsi créer un effet d'entraînement pour la promotion de la diversité culturelle au pays.

Pour qu'un tel projet puisse réussir, nous pensons que les gouvernements canadien et québécois devraient augmenter le financement pour la production télévisuelle ethnique. À l'heure actuelle, il n'existe qu'une petite somme allouée par le Fonds des médias du

Canada pour la production télévisuelle ethnique. Le contexte politique et économique du Canada et du Québec ne se prête toutefois pas à la création de nouveaux programmes financiers.

Il serait également intéressant de se pencher sur les habitudes de consommation télévisuelle des communautés culturelles. En effet, consomment-elles plus souvent la télévision généraliste, ethnique ou produite dans le pays d'origine? Sont-elles davantage attirées par les chaînes anglophones ou francophones canadiennes? Obtenir des réponses à ces questions permettrait de mieux juger de la pertinence et de la nécessité de créer un plus grand nombre de chaînes ethniques au Canada.

Quoiqu'il en soit, la situation au Canada en matière de promotion de la diversité culturelle est somme toute satisfaisante. Au-delà de l'importance d'une bonne représentation de la diversité culturelle dans les médias canadiens, certains enjeux devraient être priorités pour favoriser l'inclusion sociale des communautés culturelles. À cet égard, une meilleure reconnaissance des diplômes et des acquis obtenus à l'étranger serait un pas dans la bonne direction. Les citoyens doivent également apprendre à vivre dans la tolérance face à des cultures auxquelles ils ne sont pas familiers. En somme, la promotion de la diversité culturelle canadienne et l'inclusion sociale des communautés culturelles sont deux grands projets sociaux qui devront être développés dans les prochaines années afin d'améliorer la qualité de vie de chaque citoyen dans la société canadienne.

ANNEXE - RÉSULTATS DE L'ANALYSE DE CONTENU POUR CHAQUE CHAÎNE

Résultats de l'analyse de contenu pour la chaîne Ici Radio-Canada Télé

		Élément quantitatif	Éléments qualitatifs		
Chaîne	Émissions	Présence de diversité culturelle canadienne?	Thèmes qui touchent les communautés culturelles?	Personnages principaux, secondaires ou figurants?	Personnages stéréotypés?
Ici Radio- Canada Télé	Après tout, c'est vendredi!	Cela dépend des invités	Oui, si invités de la D.C.	N/A	N/A
	Enquête	Cela dépend des invités et des reportages		N/A	N/A
	L'auberge du chien noir	1 personnage	Non	Personnage secondaire	Non, personnage positif
	La galère	2 personnages	Non	Personnages secondaires	Non
	La vie parfaite	Non	Non	Non	Non
	Le choc des générations	L'animateur et 1 invité	Non	N/A	N/A
	Les enfants de la télé	1 invité	Non	N/A	N/A
	Les pêcheurs	1 personne	Non	Personnage secondaire	Légèrement
	Mémoires vives	1 personnage	Non	Personnage secondaire	Non, personnage positif
	Unité 9	1 personnage	Non	Personnage secondaire	Non, personnage négatif
	Un air de famille	3 familles «métissées»	Non	N/A	N/A

Résultats de l'analyse de contenu pour la chaîne TVA

		Élément quantitatif	Éléments qualitatifs		
Chaîne	Émissions	Présence de diversité culturelle canadienne?	Thèmes qui touchent les communautés culturelles?	Personnages principaux, secondaires ou figurants?	Personnages stéréotypés?
TVA	Ça finit bien la semaine	5 invités / 11 émissions	Oui, avec les 5 invités seulement	N/A	N/A
	Ça va chauffer!	2 équipes / 12 équipes	Non, mais leur cuisine reflète leurs origines	N/A	N/A
	Destinées	6 personnages en 7 saisons. Rien à l'automne 13	Non	Personnages secondaires	N/A
	Du talent à revendre	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	N/A
	Le gentleman	11 personnages / 3 saisons	Oui, trafic de personnes	Automne 2013: 3 personnages principaux / 9	Légèrement
	O'	5 personnages / 3 saisons	Non	5 personnages secondaires à l'automne 2013	Non
	Occupation double	5 candidats / 20 candidats	Non	N/A	N/A
	Toute la vérité	27 personnages	Non	Personnages dans 1 émission seulement	Non
	Yamaska	7 personnages / 6 saisons	Non	1 personnage principal à l'automne 2013	Non

Résultats de l'analyse de contenu pour la chaîne Télé-Québec

		Élément quantitatif	Éléments qualitatifs		
Chaîne	Émissions	Présence de diversité culturelle canadienne?	Thèmes qui touchent les communautés culturelles?	Personnages principaux, secondaires ou figurants?	Personnages stéréotypés?
Télé- Québec	30 secondes pour changer le monde	8 intervenants / 74 (environ 11%)	Non	N/A	N/A
	Bazzo.tv	3 collaborateurs / 21 + 4 invités	Charte et immigration au Québec	N/A	N/A
	Curieux Bégin	19 / 79 complices	Oui, cuisine diversifiée	N/A	N/A
	Deux hommes en or	5 invités / 14 émissions	Charte	N/A	N/A
	Homeland	Diversité culturelle américaine	Action au Moyen-Orient	N/A	Amalgame terrorisme / M-O
	Les francs- tireurs	8 invités / 13 émissions	Charte, corrida, terrorisme	N/A	N/A
	National geographic	Diversité culturelle mondiale	Oui, cultures mondiales	N/A	N/A
	Planète science	Non	Non	N/A	N/A
	Une pilule, une petite granule	5 intervenants / 12 émissions	Non	N/A	N/A
	Voir	8 invités / 13 émissions	Non	N/A	N/A

Résultats de l'analyse de contenu pour la chaîne CBC

		Élément quantitatif	Éléments qualitatifs		
Chaîne	Émissions	Présence de diversité culturelle canadienne?	Thèmes qui touchent les communautés culturelles?	Personnages principaux, secondaires ou figurants?	Personnages stéréotypés?
CBC	22 minutes	1 animateur / 4	Si l'actualité le requiert (Charte)	N/A	N/A
	Cracked	3 personnages / 5	Non	3 personnages principaux	Non
	Crossing lines	Diversité culturelle américaine	D.C. dans les enquêtes	N/A	Non
	Doc zone	Cela dépend des reportages (1 pour l'automne 2013)		N/A	N/A
	Dragon's den	1 dragon / 5, dépend des invités	Non	N/A	N/A
	Marketplace	Non	Non	N/A	N/A
	Murdoch mysteries	1 personnage / 5	Non	Personnage principal	Non
	Republic of Doyle	Rien dans les personnages principaux	Non	Quelques personnages secondaires	Non
	Rick Mercier report	Non	Non	N/A	N/A
	The fifth estate	0 animateur / 4	.2 sujets d'émission	N/A	N/A
The nature of things	1 animateur	2 reportages	N/A	N/A	

Résultats de l'analyse de contenu pour la chaîne CTV

		Élément quantitatif	Éléments qualitatifs		
Chaîne	Émissions	Présence de diversité culturelle canadienne?	Thèmes qui touchent les communautés culturelles?	Personnages principaux, secondaires ou figurants?	Personnages stéréotypés?
CTV	Arrow	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Criminal minds	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Grimm	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Grey's anatomy	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Junior masterchef	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	N/A
	Marvel's agent of S.H.I.E.L.D.	Diversité culturelle américaine	Action un peu au Pérou, en Asie	N/A	Non
	The big bang theory	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	The Goldbergs	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Famille typique américaine
	The voice	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	N/A
	Trophy wife	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Two and a half men	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non

Résultats de l'analyse de contenu pour la chaîne Global

		Élément quantitatif	Éléments qualitatifs		
Chaîne	Émissions	Présence de diversité culturelle canadienne?	Thèmes qui touchent les communautés culturelles?	Personnages principaux, secondaires ou figurants?	Personnages stéréotypés?
Global	Almost human	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Bones	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Glee	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Hawaii five-0	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	NCIS	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	NCIS: LA	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Parenthood	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Sean saves the world	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Sleepy hollow	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Survivor	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	N/A
	The Michael J. Fox show	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	The Millers	Diversité culturelle américaine	Non	N/A	Non
	Welcome to the family	Diversité culturelle américaine	Cohabitation entre une famille blanche et une famille latino-américaine	N/A	Non

RÉFÉRENCES

- ABC. 2014. *Trophy wife episodes, blogs and news*. Récupéré de <http://abc.go.com/shows/trophy-wife>. Page consultée le 18 octobre 2014.
- Anghel, Laura. 2008. «La Convention sur la diversité des expressions culturelles: état des lieux». In *L'épreuve de la diversité culturelle*, sous la dir. de Dominique Wolton, p. 65-69. Coll. «Hermès». Paris: CNRS Éditions.
- Bell Media. 2013. *CTV Schedule*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/schedule.aspx>. Page consultée le 29 septembre 2013.
- Beck, Ulrich. 2003. *Pouvoir et contre-pouvoir à l'heure de la mondialisation*. Paris: Flammarion, 599 p.
- Bernier, Ivan. 2003. *Une Convention internationale sur la diversité culturelle à l'UNESCO*. Récupéré le 14 avril 2014 de <http://www.diversite-culturelle.qc.ca/fileadmin/documents/pdf/chronique03-03.pdf>.
- Bernier, Ivan. 2009. *Les relations entre la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles et les autres instruments internationaux: l'émergence d'un nouvel équilibre dans l'interface entre le commerce et la culture*. Récupéré le 14 avril 2014 de <http://www.diversite-culturelle.qc.ca/fileadmin/documents/pdf/FR Relations entre Convention Unesco instruments internationaux.pdf>.
- Bernier, Ivan et Hélène Ruiz Fabri. 2002. *Évaluation de la faisabilité juridique d'un instrument international sur la diversité culturelle*. Récupéré le 14 avril 2014 de http://www.diversite-culturelle.qc.ca/fileadmin/documents/pdf/106145_faisabilite.pdf.
- Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ). 2014. *Informations*. Récupéré de <http://www.bctq.ca/avantages-fiscaux/informations/>. Page consultée le 28 août 2014.
- Canada. 1982. *Charte canadienne des droits et libertés*. LRC, art. 27. Récupéré de <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/const/page-15.html#h-39>. Page consultée le 15 novembre 2013.
- Canadian Broadcasting Company. 2013. *Season Preview 2013-2014*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/seasonpreview/schedule-primetime.html>. Page consultée le 29 septembre 2013.

- Canadian Broadcasting Corporation. 2014a. *Cracked*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/cracked/episodes/season2/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014b. *DocZone*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/doczone/episodes/page/P40>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014c. *Dragons' den*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/dragonsden/episodes/season-8/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014d. *Marketplace*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/marketplace/episodes/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014e. *Murdoch mysteries*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/murdochmysteries/episodes/season-7/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014f. *Republic of Doyle*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/republicofdoyle/episodes/season-5/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014g. *Rick Mercer report*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/mercerreport/episodes/season-11/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014h. *The fifth estate*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/fifth/episodes/2013-2014/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014i. *The nature of things*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/natureofthings/episodes/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Canadian Broadcasting Corporation. 2014j. *This hour has 22 minutes*. Récupéré de <http://www.cbc.ca/22minutes/episodes/season-21/>. Page consultée le 4 octobre 2014.
- Casa TV. 2014. *Ça va chauffer!*. Récupéré de <http://www.casatv.ca/a-la-tele/ca-va-chauffer-saison-3/episodes>. Page consultée le 27 septembre 2014.
- CBS. 2014. *About the Millers*. Récupéré de <http://www.cbs.com/shows/the-millers/about/>. Page consultée le 25 octobre 2014.
- Centre d'études sur les médias. 2012. *Portrait de la propriété dans le secteur des quotidiens au Québec et au Canada*. Québec : Centre d'études sur les médias, 9 p.
- CRTC. 2013a. *Avis public CRTC 1999-177*. Récupéré de <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/1999/pb99-117.htm>. Page consultée le 24 octobre 2013.

CRTC. 2013b. *Diversité culturelle à la télévision et à la radio: peuples autochtones, radiodiffusion à caractère ethnique, personnes handicapées*. Récupéré de http://www.crtc.gc.ca/fra/info_sht/b308.htm. Page consultée le 25 octobre 2013.

CRTC. 2014a. *Le mandat du CRTC en matière de contenu canadien*. Récupéré de <http://www.crtc.gc.ca/fra/cancon/mandate.htm>. Page consultée le 24 août 2014.

CRTC. 2014b. *Listes des stations de radio et de télévision*. Récupéré de <https://services.crtc.gc.ca/pub/BroadListRad/Default-Defaut.aspx?lang=fr>. Page consultée le 31 août 2014.

CTV. 2014a. *About the voice*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/TheVoice/About.aspx>. Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV. 2014b. *Arrow episode guide*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/Arrow/Episode-Guide.aspx>. Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV. 2014c. *Criminal minds about the show*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/CriminalMinds/About-the-show.aspx>. Page consultée le 18 octobre.

CTV. 2014d. *Grimm*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/Grimm/Episode-Guide.aspx>. Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV. 2014e. *Grey's anatomy about*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/GreysAnatomy/About.aspx>. Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV. 2014f. *MasterChef junior about the show*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/MasterChefJunior/About.aspx>. Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV. 2014g. *Marvel's agents of S.H.I.E.L.D. about the show*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/MarvelsAgentsofShield/About.aspx>. Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV. 2014h. *The big bang theory episode guide*. Récupéré de <http://www.ctv.ca/TheBigBangTheory/Episodes.aspx>. Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV. 2014i. *The Goldbergs*. Récupéré <http://www.ctv.ca/TheGoldbergs/Episode-Guide.aspx?page=1>. Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV. 2014j. *Two and a half men about*. Récupéré de [http://www.ctv.ca/twoAndAHalfMen/about-\(1\).aspx](http://www.ctv.ca/twoAndAHalfMen/about-(1).aspx). Page consultée le 18 octobre 2014.

CTV Montreal News. 2014. *Liberal muslim MNA breaks ranks on values charter*. Récupéré de <http://montreal.ctvnews.ca/liberal-muslim-mna-breaks-ranks-on-values-charter-1.1543869>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Farchy Joëlle. 2004. «L'exception culturelle, combat d'arrière-garde?». In *Quaderni*. N. 54, Cinéma français et État : un modèle en question. p. 67-79.

Fonds canadien de télévision. 2007. *Rapport annuel*. Toronto: Ministère du Patrimoine canadien, 104 pages.

Fonds canadien de télévision. 2008. *Rapport annuel*. Toronto: Ministère du Patrimoine canadien, 124 pages.

Fonds canadien de télévision. 2009. *Rapport annuel*. Toronto: Ministère du Patrimoine canadien, 130 pages.

Fonds canadien de télévision. 2010. *Rapport annuel*. Toronto : Ministère du Patrimoine canadien, 138 pages.

Fonds des médias du Canada. 2011. *États financiers*. Toronto: Ministère du Patrimoine canadien, 14 pages.

Fonds des médias du Canada. 2012. *Rapport annuel*. Toronto : Ministère du Patrimoine canadien, 202 pages.

Fonds des médias du Canada. 2013a. *États financiers*. Toronto: Ministère du Patrimoine canadien, 16 pages.

Fonds des médias du Canada. 2013b. *Programme de diversité linguistique - Décisions 2012-2013*. Récupéré de http://www.cmf-fmc.ca/documents/files/fr/financement/2012-13-diverse-2nd-round_FR.pdf. Page consultée le 2 décembre 2014.

Fonds des médias du Canada. 2014a. *Diversité linguistique*. Récupéré de <http://www.cmf-fmc.ca/fr/programmes-de-financement/volet-convergent/diversite-linguistique/>. Page consultée le 28 août 2014.

Fonds des médias du Canada. 2014b. *Histoire du FMC*. Récupéré de <http://www.cmf-fmc.ca/fr/a-propos/aperçu/histoire-du-fmc/>. Page consultée le 28 août 2014.

Fonds des médias du Canada. 2014c. *Programme de diversité linguistique*. Récupéré de http://www.cmf-fmc.ca/documents/files/fr/programmes/2014-15/princdir/2014-15_diversite_ling_princ_dir.pdf. Page consultée le 28 août 2014.

FOX. 2014. *Glee on FOX*. Récupéré de <http://www.fox.com/glee/>. Page consultée le 25 octobre 2014.

Global. 2014a. *Bones*. Récupéré de <http://www.globaltv.com/bones/index.html>. Page consultée le 25 octobre 2014.

Global. 2014b. *Hawaii five-0*. Récupéré de <http://www.globaltv.com/hawaiifive0/index.html>. Page consultée le 25 octobre 2014.

Global. 2014c. *NCIS episodes*. Récupéré de <http://www.globaltv.com/ncis/episodeguide/season11/index.html>. Page consultée le 25 octobre 2014.

Global. 2014d. *NCIS: Los Angeles*. Récupéré de <http://www.globaltv.com/ncislosangeles/index.html>. Page consultée le 25 octobre 2014.

Global. 2014e. *Parenthood*. Récupéré de <http://www.globaltv.com/parenthood/index.html>. Page consultée le 25 octobre.

Global. 2014f. *Sleepy hollow TV series*. Récupéré de <http://www.globaltv.com/sleepyhollow/index.html>. Page consultée le 25 octobre 2014.

Global. 2014g. *Survivor season 29*. Récupéré de <http://www.globaltv.com/survivor/index.html>. Page consultée le 25 octobre 2014.

Gouvernement du Canada. 1991. Loi sur la radiodiffusion. LC, ch.11.

Grawitz, Madeleine. 2001. *Méthodes des sciences sociales*. Paris: Éditions Dalloz, 1019 p.

Graber, Christoph Beat. 2006. «The new UNESCO Convention on cultural diversity : a counterbalance to the WTO?» In *Journal of International Economic Law*. N. 3, Vol. 9, Oxford University Press, p. 553-574.

Ici Radio-Canada Télé. 2013. *Grille horaire automne 2013*. Récupéré de <https://publicite.radio-canada.ca/Schedule.aspx?seasonId=30>. Page consultée le 29 septembre 2013.

Ici Radio-Canada Télé. 2014a. *Après tout, c'est vendredi!*. Récupéré de http://ici.radio-canada.ca/emissions/apres_tout_c_est_vendredi/2013-2014/Entrevue.asp?idDoc=321680. Page consultée le 20 septembre 2014.

Ici Radio-Canada Télé. 2014b. *La vie parfaite*. Récupéré de http://ici.radio-canada.ca/emissions/la_vie_parfaite/saison1/personnages.asp. Page consultée le 20 septembre 2014.

Ici Radio-Canada Télé. 2014c. *Le choc des générations*. Récupéré de <http://lechocdesgenerations.radio-canada.ca/>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Ici Radio-Canada Télé. 2014d. *Unité 9*. Récupéré de <http://unite9.radio-canada.ca/>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Ici Tou.tv. 2014a. *Enquête*. Récupéré de <http://ici.tou.tv/enquete>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Ici Tou.tv. 2014b. *L'auberge du chien noir*. Récupéré de <http://ici.tou.tv/l-auberge-du-chien-noir>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Ici Tou.tv. 2014c. *Les enfants de la télé*. Récupéré de <http://ici.tou.tv/les-enfants-de-la-tele/S04E01?autoplay=true>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Ici Tou.tv. 2014d. *Les pêcheurs*. Récupéré de <http://ici.tou.tv/les-pecheurs>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Ici Tou.tv. 2014e. *Mémoires vives*. Récupéré de <http://ici.tou.tv/memoires-vives>. Page consultée le 20 septembre.

Ici Tou.tv. 2014f. *Un air de famille*. Récupéré de <http://ici.tou.tv/air-de-famille>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Lachapelle Guy et Maltais Bruno. 2005. «Diversité culturelle et stratégies subétatiques : le cas du Québec », *Revue internationale de politique comparée*, Vol. 12, p. 143-159.

Laulan, Anne-Marie. 2008. «La Convention sur la diversité des expressions culturelles: à quand le passage à l'action?». In *L'épreuve de la diversité culturelle*, sous la dir. de Dominique Wolton, p. 75-77. Coll. «Hermès». Paris: CNRS Éditions.

Laurence, Jean-Christophe. (2013, 13 juin). Poursuivi par Radio-Canada parce qu'il veut appeler sa chaîne ICI. *La Presse*. Récupéré de <http://www.lapresse.ca/arts/television/201306/13/01-4660798-poursuivi-par-radio-canada-parce-quil-veut-appeler-sa-chaine-ici.php>. Page consultée le 2 décembre 2013.

L'Écuyer, René. 1988. «L'analyse de contenu: notion et étapes». In *Les méthodes de la recherche qualitative*, sou la dir. de Jean-Pierre Deslauriers, p. 49-65. Québec: Presses de l'Université du Québec.

Mattelart, Armand. 2005. *Diversité culturelle et mondialisation*. Paris: Repères- La Découverte, 122 p.

Mattelart, Armand. 2008. *La mondialisation de la communication*. Coll. Que sais-je? Paris : Presses Universitaires de France, 126 p. OU 1996? (128 p.)

Michalet, Charles-Albert. 2002. *Qu'est-ce que la mondialisation?* Paris: La Découverte, 212 p.

Minc, Alain. 1991. *La vengeance des nations*. Paris: Grasset, 273 p.

Musitelli, Jean. 2005. «L'invention de la diversité culturelle.» In *Annuaire français de droit international*, volume 51. p. 512-523.

National Broadcasting Company. 2014a. *About Sean saves the world & cast bios*. Récupéré de <http://www.nbc.com/sean-saves-the-world/about>. Page consultée le 25 octobre 2014.

National Broadcasting Company. 2014b. *Crossing Lines*. Récupéré de <http://www.nbc.com/crossing-lines>. Page consultée le 4 octobre 2014.

National Broadcasting Company. 2014c. *The Michael J. Fox show*. Récupéré de <http://www.nbc.com/the-michael-j-fox-show>. Page consultée le 25 octobre 2014.

National Broadcasting Company. 2014d. *Welcome to the family*. Récupéré de <http://www.nbc.com/welcome-to-the-family>. Page consultée le 25 octobre 2014.

Patry, Valérie. (2013, 11 septembre) La chaîne ICI en ondes en octobre malgré tout. *Le Journal de Montréal*. Récupéré de <http://www.journaldemontreal.com/2013/09/11/la-chaine-ici-en-ondes-en-octobre-malgre-tout>. Page consultée le 2 décembre 2013.

Québec. Conseil des relations interculturelles. 2009. *Une représentation et un traitement équitables de la diversité dans les médias et la publicité*. [Document PDF]. Québec: gouvernement du Québec. Récupéré de <http://www.midi.gouv.qc.ca/fr/publications/publications-cri/diversite.html>. Page consultée le 18 octobre 2014.

Québecor Média. 2013. *Grilles horaires télé*. Récupéré de <http://quebecormediaventures.ca/fr/grilles-horaires>. Page consultée le 29 septembre 2013.

Qui joue qui?. 2014a. *Comédien - Christian De La Cortina*. Récupéré de <http://quijouequi.com/comedien/1065/christian-de-la-cortina>. Page consultée le 3 novembre 2014.

Qui joue qui?. 2014b. *La galère*. Récupéré de <http://quijouequi.com/oeuvre/263/galere-la>. Page consultée le 20 septembre 2014.

Raboy, Marc. 1999. «L'État ou les États-Unis»: *l'influence américaine sur le développement d'un modèle canadien de radiodiffusion*. Montréal, 12 p.

Rogers. 2014. *Programming and channels*. Récupéré de https://www.rogers.com/web/Rogers.portal?nfpb=true&pageLabel=PTV_PROG_LANDIN_G. Page consultée le 31 août 2014.

Savarese, Éric. 2006. *Méthodes des sciences sociales*. Paris: Ellipses, 186 p.

Shaw Media. 2013. *Global TV schedules*. Récupéré de <http://www.globaltv.com/schedule/>. Page consultée le 29 septembre 2013.

Shaw. 2014. *Shaw Plan Personalizer*. Vancouver : Shaw, 4 p.

Société de développement des entreprises culturelles. *Rapport annuel de gestion*. Montréal : Ministère de la Culture et des Communications, 2006, 136 pages.

Société de développement des entreprises culturelles. *Rapport annuel de gestion*. Montréal : Ministère de la Culture et des Communications, 2007, 152 pages.

Société de développement des entreprises culturelles. *Rapport annuel de gestion*. Montréal : Ministère de la Culture et des Communications, 2008, 178 pages.

Société de développement des entreprises culturelles. *Rapport annuel de gestion*. Montréal : Ministère de la Culture et des Communications, 2009, 190 pages.

Société de développement des entreprises culturelles. *Rapport annuel de gestion*. Montréal : Ministère de la Culture et des Communications, 2010, 193 pages.

Société de développement des entreprises culturelles. *Rapport annuel de gestion*. Montréal : Ministère de la Culture et des Communications, 2011, 202 pages.

Société de développement des entreprises culturelles. *Rapport annuel de gestion*. Montréal : Ministère de la Culture et des Communications, 2012, 202 pages.

Société de développement des entreprises culturelles. *Rapport annuel de gestion*. Montréal : Ministère de la Culture et des Communications, 2013, 218 pages.

Société de développement des entreprises culturelles. 2014. *Mandat*. Récupéré de <http://www.sodec.gouv.qc.ca/fr/page/route/-1/15>. Page consultée le 29 août 2014.

Tardif, Jean et Joëlle Farchy. 2006. *Les enjeux de la mondialisation culturelle*. Paris: Éditions Hors Commerce, 366 p.

Télé-Québec. 2013. *Grille horaire automne 2013*. Récupéré de <http://www.telequebec.tv/documents/grillehoraire/grilleautomne.pdf>. Page consultée le 29 septembre 2013.

Télé-Québec. 2014a. *30 secondes pour changer le monde*. Récupéré de <http://30secondespourchangerlemonde.telequebec.tv/intervenants>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014b. *Bazzo.tv*. Récupéré de <http://bazzotv.telequebec.tv/emissions.aspx>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014c. *Curieux Bégin*. Récupéré de <http://curieuxbegin.telequebec.tv/complices>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014d. *Deux hommes en or*. Récupéré de <http://deuxhommesenor.telequebec.tv/emissions>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Showtime. 2014. *Homeland*. Récupéré de <http://www.sho.com/sho/homeland/season/3#/index>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014e. *Les francs-tireurs*. Récupéré de <http://lesfrancstireurs.telequebec.tv/episodes.aspx>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014f. *National geographic*. Récupéré de <http://www.telequebec.tv/emissions/nationalgeographic/>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014g. *Planète science*. Récupéré de <http://www.telequebec.tv/emissions/planetescience/>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014h. *Télé-Québec: tout sur Télé-Québec*. Récupéré de <http://www.telequebec.tv/corporatif/>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014i. *Une pilule une petite granule*. Récupéré de <http://pilule.telequebec.tv/episodes.aspx?id=10>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Télé-Québec. 2014j. *Voir*. Récupéré de <http://voir.telequebec.tv/emissions/>. Page consultée le 11 octobre 2014.

Théorêt, Yves. 2008. «Petite histoire de la reconnaissance de la diversité des expressions culturelles». Chap in. *David contre Goliath : La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, p. 17-50. Montréal : Éditions Hurtubise.

Tina W. Chao. 1996. *GATT's Cultural Exemption of Audiovisual Trade: The United States may have Lost the Battle but Not the War*. *Journal of International Law*, vol.17, issue 4, University of Pennsylvania *Journal of International Economic Law*, article 3, p.1127-1154.

TV.COM. 2014. *Almost human*. Récupéré de <http://www.tv.com/shows/almost-human/>. Page consultée le 25 octobre 2014.

TVA. 2014a. *Ça finit bien la semaine*. Récupéré de <http://tva.canoe.ca/emissions/cafinitbienlasemaine/ca-finit-bien-la-semaine-invites>. Page consultée le 27 septembre 2014.

TVA. 2014b. *Destinées*. Récupéré de <http://tva.canoe.ca/emissions/destinees/episodes/>. Page consultée le 27 septembre 2014.

TVA. 2014c. *Du talent à revendre*. Récupéré de <https://illicoweb.videotron.com/chaines/TVA/340164/Du-talent-a-revendre>. Page consultée le 27 septembre 2014.

TVA. 2014d. *Le gentleman*. Récupéré de <http://illicoweb.videotron.com/chaines/TVA/258832/Gentleman-Le>. Page consultée le 27 septembre.

TVA. 2014e. *O'*. Récupéré de <https://illicoweb.videotron.com/chaines/TVA/214245/O>. Page consultée le 27 septembre 2014.

TVA. 2014f. *Occupation double*. Récupéré de <http://occupationdouble.canoe.ca/candidats>. Page consultée le 27 septembre 2014.

TVA. 2014g. *Toute la vérité*. Récupéré de <https://illicoweb.videotron.com/chaines/TVA/213880/Toute-la-verite>. Page consultée le 27 septembre 2014.

TVA. 2014h. *Yamaska*. Récupéré de <https://illicoweb.videotron.com/chaines/TVA/254652/Yamaska>. Page consultée le 27 septembre 2014.

UNESCO. 1980. Commission internationale d'étude des problèmes de la communication. *Voix multiples un seul monde*. Paris: Les Nouvelles Éditions Africaines et La Documentation Française.

UNESCO. 2001. Déclaration sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Paris, 65 p.

UNESCO. 2005. Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Paris, 16 p.

UNESCO. 2013a. Acte constitutif. Récupéré de <http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL ID=15244&URL DO=DO TOPIC&URL SECTION=201.html>. Page consultée le 12 décembre 2013.

UNESCO. 2013b. Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, réseau ORBICOM. *Réflexions sur les diversités mondiales*, Rédigé par Yves Théorêt et Marie Kettlie André. Casablanca: Les Éditions Maghrébines Aïn Sebaâ.

Vidéotron. 2014. *Forfaits télévision*. Récupéré de <http://www.videotron.com/residentiel/television/forfaits-tele#tab/cat620049>. Page consultée le 31 août 2014.

Wieviorka, Michel. 2003. «Mondialisation et culture». In *Identités et démocratie, Diversité culturelle et mondialisation: repenser la démocratie*, sous la dir. de Ronan Le Coadic, p. 81-89. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

Wolton, Dominique. 1997. *Penser la communication*. Coll. Champs. Paris : Flammarion, 402 pages.