

# **Médias et vitalité sociolinguistique en Fransaskoisie**

Par  
Trevor Grey

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures de l'Université du Manitoba pour  
satisfaire partiellement aux exigences du grade de

**MAÎTRISE ÈS ARTS EN ÉTUDES CANADIENNES ET INTERCULTURELLES**

Faculté des arts  
Université de Saint-Boniface  
Université du Manitoba  
Winnipeg

Copyright © 2023 par Trevor Grey

## Résumé

*Médias et vitalité sociolinguistique en Fransaskoisie* se veut une étude qui vise à interpréter la relation qu'entretiennent les Fransaskois avec divers médias francophones et son rapport avec la vitalité sociolinguistique chez cette minorité d'expression française. Elle permet de tracer l'histoire des médias francophones, que ceux-ci soient écrits, audios ou audiovisuels, en Saskatchewan et à découvrir les habitudes de consommation médiatique actuelles des Fransaskois grâce à une enquête de terrain. Cette enquête, constituée d'un sondage en ligne et de cinq entrevues semi-dirigées, met en lumière les perceptions des Fransaskois à l'égard des médias pour identifier les problèmes qui s'articulent autour des enjeux de représentativité, d'accessibilité et de qualité. Enfin, cette étude propose des pistes de solutions à ces enjeux dans la mesure où les médias peuvent être instrumentalisés afin de favoriser la continuité linguistique et la construction identitaire en Fransaskoisie.

## Remerciements

Merci aux membres de la Faculté des arts de l'Université de Saint-Boniface qui m'ont encouragé à développer mes capacités d'analyse et ma pensée critique, ainsi qu'à remettre en question ma propre vision de l'étude du Canada tout au long de mon parcours. Je suis choyé d'avoir pu poursuivre cette aventure depuis le Québec, mais au sein de cette institution qui ne cesse de faire rayonner les francophonies des Prairies qui m'ont vu grandir.

Je remercie tout particulièrement Sandrine Hallion d'avoir accepté de diriger mon projet de mémoire. Merci d'avoir partagé ton expertise et tes conseils pendant ces longs mois. Merci également pour ton objectivité, mais surtout pour ton écoute dans les moments de remise en question et d'avoir été une voix d'encouragement.

Thank you to The Winnipeg Foundation for their support in providing the Centennial Institute Study Award.

J'ai bien sûr une énorme dette de gratitude envers les membres de la communauté fransaskoise qui ont cru en ce projet de recherche, en ont fait la promotion et ont répondu à mes questions.

Finalement, je dois absolument remercier Andrea, Marie, Élodie, Patrick et Victor. J'espère que vous vous reconnaîtrez dans les pages qui suivent. Votre générosité et votre franchise ont rendu les analyses possibles, certes, mais également pertinentes et pleines d'humanité.

## Dédicace

À mes Fransaskoises préférées : Brie, Verra, Arraya et Isabelle.

Que vous trouviez le français aussi *cool* que votre Uncle Trevy l'est.

## Table des matières

Résumé.....	ii
Remerciements.....	iii
Dédicace.....	iv
Liste des tableaux.....	ix
Liste des figures .....	x
INTRODUCTION .....	1
1 TYPOLOGIE ET HISTOIRE DES MÉDIAS FRANSASKOIS.....	8
1.1 .....Médias écrits .....	9
1.1.1 L'imprimerie dans l'Ouest.....	10
1.1.2 L'émergence d'une presse fransaskoise.....	11
1.1.3 La Liberté et le Patriote.....	12
1.1.4 L'Eau vive.....	13
1.1.5 L'édition fransaskoise.....	15
1.1.6 Commercialisation et diffusion.....	18
1.2 .....Médias audios .....	20
1.2.1 La nationalisation de la radio canadienne .....	21
1.2.2 Construction du réseau francophone.....	25
1.2.3 Radio-Canada Saskatchewan .....	27

1.2.4	CFRG renaît .....	30
1.2.5	Émissions et baladodiffusions.....	31
1.3	.....Médias audiovisuels.....	33
1.3.1	La nationalisation de la télédiffusion.....	34
1.3.2	Télévision fransaskoise.....	37
1.3.3	Accès au réseau privé francophone.....	39
1.4	.....Médias numériques .....	40
2	LA FRANSASKOISIE.....	43
2.1	.....Identité(s) et inclusion.....	43
2.2	.....Démographie linguistique.....	47
3	ENQUÊTE DE TERRAIN : MÉTHODOLOGIE .....	52
3.1	.....Sondage en ligne .....	52
3.2	.....Entrevues semi-dirigées .....	57
4	SONDAGE EN LIGNE : ANALYSE .....	60
4.1	.....Caractéristiques démolinguistiques de l'échantillon .....	60
4.1.1	Âge et occupation .....	60
4.1.2	Langues.....	62
4.1.3	Origines et migrations.....	66
4.1.4	Éducation .....	69
4.1.5	Situation familiale pendant l'enfance .....	70

4.1.6	Situation familiale actuelle .....	73
4.2	.....Consommation et utilisation des médias.....	74
4.2.1	Médias écrits .....	75
4.2.2	Médias audios .....	89
4.2.3	Médias audiovisuels.....	110
4.3	.....Perceptions des médias .....	121
4.3.1	Représentativité des médias.....	122
4.3.2	Accessibilité des médias .....	126
4.3.3	Qualité des médias .....	127
5	ENTREVUES SEMI-DIRIGÉES : ANALYSE .....	129
5.1	.....Choix de répondants .....	130
5.2	.....Marie .....	131
5.3	.....Élodie .....	137
5.4	.....Patrick .....	142
5.5	.....Andrea.....	147
5.6	.....Victor .....	155
6	PROBLÈMES IDENTIFIÉES .....	163
6.1	.....Représentativité.....	163
6.2	.....Accessibilité.....	168
6.3	.....Qualité.....	172

7	PISTES DE SOLUTIONS .....	177
7.1	.....Représentativité.....	177
7.2	.....Accessibilité.....	180
7.3	.....Qualité.....	184
	CONCLUSION.....	188
	BIBLIOGRAPHIE.....	192
	ANNEXES .....	208



## Liste des tableaux

Tableau 1 : Réponses de Marie aux questions concernant la consommation des médias .....	132
Tableau 2 : Réponses de Marie aux questions concernant la perception des médias .....	134
Tableau 3 : Réponses d'Élodie aux questions concernant la consommation des médias	138
Tableau 4 : Réponses d'Élodie aux questions concernant la perception des médias .....	140
Tableau 5 : Réponses de Patrick aux questions concernant la consommation des médias .....	144
Tableau 6 : Réponses de Patrick aux questions concernant la perception des médias ...	146
Tableau 7 : Réponses d'Andrea aux questions concernant la consommation des médias .....	148
Tableau 8 : Réponses d'Andrea aux questions concernant la perception des médias .....	151
Tableau 9 : Réponses de Victor aux questions concernant la consommation des médias .....	156
Tableau 10 : Réponses de Victor aux questions concernant la perception des médias ..	159

## Liste des figures

Figure 1 : PLOP (2011-2021) .....	48
Figure 2 : Langue maternelle (2006-2021) .....	49
Figure 3 : Âge des répondants .....	61
Figure 4 : Première(s) langue(s) parlée(s) .....	65
Figure 5 : Niveau de scolarité .....	69
Figure 6 : Composition linguistique du milieu familial au moment où les répondants résidaient au foyer parental .....	72
Figure 7 : Langue d'usage au foyer parental .....	73
Figure 8 : Composition linguistique du milieu familial actuel .....	73
Figure 9 : Langue d'usage à la maison .....	74
Figure 10 : Taux de consommation des journaux/revues selon la langue .....	76
Figure 11 : Taux de mention d'abonnement et de lecture de l'Eau vive .....	78
Figure 16 : Langue de lecture selon le fait d'être né dans un État francophone .....	88
Figure 17 : Dans quelle proportion écoutez-vous la radio en français ou en anglais? (réponses) .....	90
Figure 18 : Dans quelle proportion écoutez-vous des balados en français ou en anglais? (réponses) .....	91
Figure 19 : À quelle fréquence écoutez-vous de la musique francophone (musique produite par des auteurs, compositeurs, interprètes s'identifiant à la francophonie et dont les paroles des chansons, s'il y a lieu, sont en français)? (réponses) .....	92
Figure 20 : Langue d'écoute de la radio selon la composition linguistique du milieu familial actuel .....	93

Figure 21 : Langue d'écoute des balados selon la composition linguistique du milieu familial actuel.....	95
Figure 22 : Fréquence d'écoute de la musique francophone selon la composition linguistique du milieu familial actuel .....	96
Figure 23 : Langue d'écoute de baladodiffusions selon la parentalité.....	99
Figure 24 : Écoute radiophonique selon l'âge .....	101
Figure 25 : Langue d'écoute radiophonique selon le programme de scolarité au primaire .....	104
Figure 26 : Langue d'écoute radiophonique selon le programme de scolarité au secondaire .....	105
Figure 27 : Fréquence d'écoute de la musique francophone selon le programme d'instruction au secondaire.....	106
Figure 28 : Plateformes utilisées pour accéder à des contenus télévisuels ou cinématographiques en format numérique.....	111
Figure 29 : Langue dans laquelle les médias audiovisuels sont consommés.....	114
Figure 30 : Langues de consommation en fonction de la composition linguistique du milieu familial actuel.....	115
Figure 31 : Langues de consommation en fonction de la parentalité .....	117
Figure 32 : Langues de consommation en fonction du programme d'instruction au primaire .....	118
Figure 33 : Langues de consommation en fonction du programme d'instruction au secondaire .....	119
Figure 34 : Les médias francophones saskatchewanais me représentent (réponses).....	122

Figure 35 : Les médias francophones canadiens me représentent (réponses) .....	123
Figure 36 : Les médias francophones internationaux me représentent (réponses) .....	124
Figure 37 : L'actualité francophone saskatchewanaise me concerne (réponses) .....	125
Figure 38 : Les médias francophones sont accessibles (réponses) .....	127
Figure 39 : Les médias francophones sont de qualité (réponses) .....	127

## INTRODUCTION

Ayant côtoyé depuis de nombreuses années des communautés francophones en situation minoritaire (la Fransaskoisie dans ma jeunesse, l'Acadie lors de ma première année universitaire) du fait de mon attachement personnel à ces milieux, j'ai pu observer qu'il y avait peu d'engouement chez mes pairs pour les médias de langue française. Cependant, ceux de langue anglaise, beaucoup plus accessibles, semblaient exercer un réel pouvoir d'attraction. Évidemment, le groupe d'âge, le cadre scolaire ou académique dans lequel un individu se trouve, ainsi que ses origines ethnoculturelles peuvent être des facteurs influençant le niveau d'exposition, ou de non-exposition, à des produits médiatiques francophones en milieu majoritairement anglophone. Cependant, force est d'admettre que la jeunesse francophone et francophile dont j'ai fait partie au tournant du 21<sup>ème</sup> siècle était submergée de médias anglophones dans la société environnante, et la situation n'a guère changé depuis.

Pendant les années 1990 et 2000, en Saskatchewan, la publicité, les clubs vidéo toujours en activité, les librairies, la radio populaire, les salles de cinéma et la télévision mettaient à notre disposition une pléthore de produits informatifs et culturels de langue anglaise qui suscitaient l'intérêt. Nous savions que de tels « équivalents » existaient en français. Nous en trouvions à la bibliothèque de l'école, ou au café étudiant où un film québécois (si ce n'était pas un film américain doublé) serait à l'affiche le temps d'un soir, ou encore, si un parent, dans un élan de nostalgie, mettait un album de sa jeunesse. Toutefois, soit les médias francophones nous étaient imposés, soit nous devions chercher loin pour en trouver qui nous parlaient.

Cette expérience personnelle qui sert de point de départ à ma recherche ne saurait être représentative de la situation actuelle, la démocratisation d'Internet haute vitesse (mobile de surcroît), l'avènement du téléphone intelligent et des réseaux sociaux avec leurs possibilités inégalées en matière de création de contenus sont seulement quelques exemples de l'évolution du champ médiatique global à laquelle les minorités francophones n'échappent guère. En réalité, les faiblesses de l'offre médiatique francophone en Saskatchewan nuisent à la vitalité sociolinguistique des Fransaskois et les fragilisent sur les plans linguistique et identitaire, accélérant les transferts linguistiques de ces derniers vers l'anglais et ultimement l'assimilation individuelle et collective. Afin de valider cette thèse, je me suis posé la question suivante : comment et dans quelle proportion, les Fransaskois consomment-ils des médias de langue française ?

Le corpus documentaire portant sur la Fransaskoisie étant surtout axé sur le milieu de l'éducation et sur son apport à la construction identitaire et langagière des minorités francophones<sup>1</sup>, je souhaite d'abord contribuer à l'avancement d'une réflexion sur ce double enjeu, identitaire et linguistique, en étudiant les rapports parfois tendus qu'entretiennent les Fransaskois avec leurs médias. C'est pour cela que j'ai jugé pertinent, voire nécessaire d'entreprendre une enquête de terrain, laquelle a fait l'objet d'une évaluation par le Comité d'éthique de la recherche de l'Université de Saint-Boniface dont le certificat émis est le *ETH 2020 23 octobre*.

En entreprenant de sonder les membres de la communauté fransaskoise sur leurs habitudes de consommation et d'utilisation des médias, je cherche à comprendre si certains

---

<sup>1</sup> Les titres recensés par Dubois et Poplyansky (2019) en témoignent.

facteurs démolinguistiques contribuent à une plus forte exposition aux médias francophones et, par conséquent, aux cultures et à la langue françaises. Inversement, si les Fransaskois consomment ces médias, est-ce que l'exposition à ceux-ci contribue à un plus grand attachement à la francophonie en milieu minoritaire et au renforcement de l'identité francophone ? Cela permet-il d'assurer une certaine continuité linguistique au même titre que l'enseignement ?

Je ne prétends surtout pas avoir affaire à un échantillon représentatif de la population fransaskoise. L'objectif de mon enquête est d'enrichir la réflexion vis-à-vis des rapports qu'entretiennent les Fransaskois avec les médias de langue française et les problématiques qui en découlent, grâce à des données qualitatives obtenues par le biais de témoignages. Je reconnais donc certaines limites quant à ma capacité de révéler ou de confirmer certains phénomènes, tout en estimant que les données collectées serviront à identifier plusieurs problèmes et ainsi explorer la possibilité d'exploiter les médias comme outil de revitalisation identitaire et langagière en francophonie minoritaire.

Mais, d'abord, comment définir cette notion de vitalité sociolinguistique en Fransaskoisie ? Sur le plan linguistique, la vitalité se manifeste par la potentialité et la capacité des Fransaskois d'assurer la continuité linguistique par la transmission intergénérationnelle du français comme langue maternelle ou première langue parlée, ainsi qu'en favorisant l'appropriation de la langue par des usagers secondaires (O'Keefe, 2002). D'un point de vue sociologique, il est question de la construction identitaire et du lien d'appartenance des individus à des collectivités qui s'intègrent à la Fransaskoisie comme communauté de langue officielle en situation minoritaire. L'incapacité des Fransaskois de se reconnaître, et de reconnaître leur réalité quotidienne, dans les médias francophones à

leur disposition est révélatrice de difficultés importantes à maintenir la vitalité sociolinguistique.

La présentation d'ordre typologique et historique, pour laquelle les ouvrages collectifs *50 ans de radio : tant de choses à se dire* (Denis *et al.*, 2002) ainsi que *Médias francophones hors Québec et identité* (Harvey, 1992) se sont avérés particulièrement utiles, et celle de la communauté fransaskoise dans son ensemble, permettront de mettre en lumière les concepts clés qui s'intègrent au cadre analytique de cette recherche. Puisqu'on parle justement d'une communauté fransaskoise, le rapport de la Commission sur l'inclusion de la communauté fransaskoise (2006) permet de définir celle-ci, non pas comme un regroupement d'individus mais comme un regroupement d'institutions. Par ailleurs, il sera question dans la présente recherche du faible degré de complétude institutionnelle<sup>2</sup>, c'est-à-dire la complexité et la solidité organisationnelle de la communauté fransaskoise et sa capacité d'attirer de nouveaux membres individuels en son sein (Breton, 1964, p. 194), qui se manifeste sur le plan médiatique par une autonomie et un pouvoir de représentation extrêmement restreints.

L'étude des rapports qu'entretiennent les Fransaskois avec le champ médiatique francophone doit également tenir compte des caractéristiques démolinguistiques spécifiques à la population fransaskoise. À priori, le mouvement d'un modèle familial endogame francophone (famille dont les deux parents sont francophones) vers une composition mixte ou exogame (famille dont les parents n'appartiennent pas aux mêmes

---

<sup>2</sup> Développé par Raymond Breton (1964), le concept de complétude institutionnelle s'intègre aux recherches menées sur les milieux francophones minoritaires par Wilfid Denis (2008), Mireille McLaughlin (2012), ainsi que par Rodrigue Landry, Kenneth Deveau et Réal Allard (2006a) dans *Au-delà de la résistance : principes de la revitalisation ethnolangagière*.



groupes linguistiques<sup>3</sup>) est caractéristique des milieux familiaux fransaskois actuels. Le phénomène a été documenté par les rapports statistiques, notamment celui de Bouchard-Coulombe, Lepage et Chavez (2012), *Portrait des minorités de langue officielle au Canada : les francophones de la Saskatchewan*, et ses impacts sur la vitalité de milieux francophones minoritaires étudiés, entre autres, par Corbeil (2005) et Landry (2003). Par conséquent, l'exogamie constitue une variable non négligeable dans le cadre de la présente enquête car elle peut avoir un impact sur le degré d'exposition d'un individu à la langue française par le biais de la consommation médiatique.

Comme la complétude institutionnelle se mesure, en partie, par la capacité de maintenir l'effectif des membres au sein d'une communauté et d'en attirer de nouveaux, les modalités d'appartenance variables, telles que définies par Raymond Breton (1994), permettent de faire le constat d'une aliénation identitaire vis-à-vis de trois groupes linguistiques distincts, plutôt que de deux, comme l'avance Clément, Baker, Josephson et Noels (2005) ainsi que Gaudet et Clément (2005). L'analyse des résultats de l'enquête de terrain indique que la construction identitaire des Fransaskois par l'image qu'ils se font d'eux-mêmes dans les médias dépend de leurs rapports avec la communauté fransaskoise (l'endogroupe franco-minoritaire) et la communauté saskatchewanaise d'expression majoritairement anglaise (l'exogroupe anglo-majoritaire), mais est également en lien avec la société québécoise (exogroupe franco-majoritaire). Le pouvoir de représentation médiatique de cette dernière dans le contexte canadien fait en sorte que les Fransaskois ont

---

<sup>3</sup> L'union exogame la plus fréquemment recensée en Fransaskoisie est celle de familles composées d'un parent francophone et d'un parent anglophone (exogamie anglo-franco). D'autres formes peuvent exister également, mais constituent des exceptions ; couples endogames dont la première langue parlée des conjoints ou conjointes n'est pas l'anglais ou le français, endogames anglophones, exogame dont les langues sont autres que l'anglais ou le français et exogames dont les langues sont le français et une langue tierce.

de la difficulté à adhérer à la consommation médiatique franco-canadienne car ils la jugent québéco-centriste<sup>4</sup>. Les Fransaskois, dont l'identité se construit de plus en plus en fonction de leur bilinguisme et de leur capacité d'intégrer les messages des médias anglophones de la société environnante<sup>5</sup>, finissent alors par s'éloigner davantage sur le plan idéologique des Québécois, et de la francophonie, en adoptant une vision du monde plus alignée sur celle du groupe anglophone. Dans *Vitalité ethnolinguistique et construction identitaire*, Landry, Deveau et Allard (2006b) ont d'ailleurs constaté que les personnes s'identifiant fortement comme francophones consommaient davantage de médias de langue française que celles qui s'identifient plus fortement comme bilingues.

Ce clivage idéologique, dont font notamment état Simon Laflamme (1992) et Bertrand Lavoie (2016), est accentué par un champ médiatique ancré dans les institutions québécoises et donnant à voir, à lire ou à entendre des messages qui n'atteignent pas les Fransaskois qui se retrouvent davantage isolés. Cet isolement ne s'opère pas uniquement sur le plan identitaire, les Fransaskois pouvant être confrontés à une insécurité linguistique qui se caractérise par « le sentiment de dépréciation et d'incertitude qu'éprouvent certains locuteurs envers leurs usages [du français] » (Remysen, 2003, p. 95). D'une part, au niveau de la consommation médiatique, l'insécurité linguistique peut se manifester par un rejet des médias francophones. D'autre part, elle peut pousser certains individus à privilégier la consommation médiatique francophone, dans certains formats, comme moyen autodidactique de s'appropriier la langue française. Les résultats de Von Staden et Sterzuk

---

<sup>4</sup> Ces médias véhiculent des messages centrés sur une réalité québécoise. Marjorie Pedneault (2015) s'intéresse à ce phénomène et déplore l'absence d'une couverture médiatique adéquate et équitable de réalités franco-minoritaires.

<sup>5</sup> Cette capacité de naviguer entre les deux groupes linguistiques peut également résulter en une alternance linguistique : plutôt que de rejeter les médias francophones, les franco-minoritaires vont consommer une proportion plus ou moins égale de médias francophones et de médias anglophones.

(2017), de même que ceux de cette enquête, témoignent de comportements adoptés par certains Fransaskois pour entretenir leur contact avec la langue française grâce aux médias. De plus, l'application de la théorie des médias chauds et froids<sup>6</sup> de Marshall McLuhan (1964) au cadre analytique permet d'avancer que le type de média consommé, ainsi que le contexte de consommation, influencent le choix de langue de consommation des Fransaskois.

Afin de bien illustrer ces résultats découlants de l'enquête de terrain, celle-ci sera présentée comme suit. Dans un premier temps, j'exposerai la méthodologie utilisée pour la réalisation de l'enquête en commençant par le sondage en ligne et en poursuivant par les entrevues semi-dirigées. L'analyse des résultats obtenus par le biais du sondage en ligne permettra de caractériser l'échantillon et de présenter les réponses en lien avec la consommation, ainsi que les perceptions des médias. Il sera ensuite question des entrevues semi-dirigées. Je présenterai notamment le profil des répondants, en excluant toute information directement identificatoire, ainsi que les discours en fonction des trois pôles de perception des médias : la représentativité, la qualité et l'accessibilité. En dernier lieu, je ferai l'analyse des problèmes identifiés quant à la potentialité des médias de servir adéquatement les besoins et les intérêts des Fransaskois, notamment en ce qui a trait à la construction identitaire et linguistique, dans le but d'identifier des pistes de solutions possibles qui constitueront la dernière partie de cette étude.

---

<sup>6</sup> Selon McLuhan (1964), les médias froids, comme la télévision, solliciteraient davantage le champ sensoriel, incitant à une plus grande participation de son audience, que les médias chauds, comme la radio, qui appellent davantage une consommation passive.

## 1 TYPOLOGIE ET HISTOIRE DES MÉDIAS FRANSASKOIS

Dans le cadre de leurs enquêtes, Bernier, Laflamme et Lafrenière identifient 5 types de médias, soit la télévision, la radio, les livres, les journaux et Internet (Bernier *et al.*, 2013, 2014). Ces derniers soulignent par ailleurs l'importance des « nouveaux médias sociaux » dans le paysage médiatique. Ceux-ci constitueraient des « bases de la circulation de l'information publique tous azimuts – d'autant qu'ils sont désormais disponibles sur plusieurs plateformes – [et seraient] des producteurs et des diffuseurs de matériel symbolique (musique, fiction, art et autres) et, en ce sens, vecteurs de cohésion sociale » (Bernier *et al.*, 2013, p. 121). À l'instar de cette approche, j'en suis venu à une typologie propre à cette recherche qui permet de cadrer l'enquête de terrain et présenter de manière succincte l'évolution du champ médiatique fransaskois. Je m'en tiendrai toutefois à quatre types de médias, plutôt que cinq, en choisissant d'amalgamer les journaux et les livres que Bernier, Laflamme et Lafrenière traitent séparément. Ces quatre types de médias seront définis dans les pages qui suivent : les médias écrits, les médias audios, les médias audiovisuels et les médias numériques<sup>7</sup>.

Par ailleurs, contextualiser les médias fransaskois, d'hier à aujourd'hui, nécessite implicitement que l'on trace le bilan de l'évolution des technologies de la communication et leur implantation dans l'Ouest canadien. Bien que ce travail de recherche ait pour but d'étudier les rapports des Fransaskois aux médias, l'histoire des médias de la Saskatchewan s'inscrit dans l'histoire plus large de l'ensemble de l'Ouest canadien, et particulièrement

---

<sup>7</sup> Afin de bien orienter la recherche vers un examen en profondeur des questions relatives à la consommation que font les Fransaskois des médias de masse traditionnels, il a été jugé approprié d'exclure les médias numériques de l'analyse. Comme ce sera expliqué plus loin (p. 40-42), ce choix a permis de délimiter plus clairement le cadre conceptuel et d'éviter un traitement superficiel du sujet.

celle des Prairies. En fonction des quatre types de médias identifiés, la présente section trace l’histoire des médias dans l’Ouest en commençant par l’implantation des technologies et leur adoption par la population générale pour ensuite cerner les enjeux propres à la francophonie de cette vaste région, afin de poser un regard plus ciblé sur le bilan fransaskois.

## 1.1 Médias écrits

Bien que Bernier, Laflamme et Lafrenière définissent le journal et les livres comme des médias distincts (Bernier *et al.*, 2013, 2014), je privilégie ici l’appellation de « médias écrits » pour désigner toute production écrite, qu’elle soit sous forme de journaux, de magazines, de livres ou de blogues. Lors de l’élaboration de l’enquête de terrain, j’avais d’abord privilégié le terme « presse écrite ». Toutefois, cette formulation me paraît désormais inappropriée dans la mesure où le terme « presse » désigne précisément les médias d’information<sup>8</sup>, tandis que je m’intéresse également à la consommation que font les Fransaskois de médias de divertissement<sup>9</sup> comme la littérature.

Par ailleurs, cette définition des médias écrits tient compte également des divers formats dans lesquels ils peuvent être consommés, soit en version imprimée ou numérique. L’utilisation du terme « médias imprimés » pour désigner la presse journalistique, les œuvres littéraires et d’autres publications est alors inadéquate en raison de la plus grande diffusion et consommation de ces produits en format électronique. Par exemple, la démocratisation des téléphones intelligents a largement contribué à ce que la consultation

---

<sup>8</sup> « Média destiné spécialement à la diffusion collective d’information » (Gouvernement du Québec, 2022b).

<sup>9</sup> En anglais « Entertainment media », c’est un média qui divertit, comme des émissions de télévision ou des films (« What is Entertainment Media? », s. d.). Cette définition suggère que ces médias seraient largement audiovisuels, toutefois, il est possible de considérer la littérature de fiction ou artistique (médias écrits), ainsi que la musique (média audio), comme médias consommés dans le but de se divertir.

de l'actualité par voie électronique se popularise à un point tel que certains journaux, comme ceux à l'étude ici, optent pour l'abandon de la publication en format papier et privilégient une diffusion exclusivement électronique qui permet, dans bien des cas, d'éliminer certains coûts et de minimiser les défis logistiques.

### ***1.1.1 L'imprimerie dans l'Ouest***

L'imprimerie dans l'Ouest canadien connut des débuts modestes. Son développement relève surtout d'une volonté des missionnaires de produire des textes liturgiques en langues autochtones (Forbes, 2021 ; Scanlon, 2018). Il y eut même une première tentative infructueuse d'établir un journal francophone en Colombie-Britannique, En 1858, une presse fournie par l'Œuvre de la Propagation de la Foi (organisation fondée à Lyon, en France, en 1819 et consacrée au soutien des missions oblates (Beaudoin, 2017)), servit à la publication du tout premier journal francophone de l'Ouest canadien, *Le Courrier de la Nouvelle-Calédonie* (Brault, 1992, p. 284 ; Fauteux, 1957, p. 9). Cette entreprise ne dura toutefois que quelques semaines, et il faudra attendre plus d'un siècle avant de voir réapparaître un journal francophone à l'ouest des montagnes Rocheuses (Brault, 1992, p. 284).

L'impression commerciale dans les Plaines fait son apparition en 1859, lorsque les journalistes ontariens William Buckingham et William Coldwell ramènent à la Rivière Rouge une presse à bras de Saint-Paul au Minnesota, et fondent le journal *The Nor'Wester* (Forbes, 2021). Il s'en suivit une multiplication de publications locales au début des années 1870 : *The Red River Pioneer*, *New Nation*, *The Pioneer*, *The Manitoban*, et *The Standard* (Fauteux, 1957, p. 22).

En 1871, un premier journal francophone, *Le Métis*, est fondé à Saint-Boniface. Celui-ci changea de nom en 1881 pour s'appeler *Le Manitoba* (Brault, 1992, p. 284-285). Ce journal « est resté pendant de longues années le principal organe de la population française du Nord-Ouest » (Fauteux, 1957, p. 22)<sup>10</sup>. L'apparition sur la scène du journal *La Liberté* en 1913 changea toutefois la donne. Fondée par l'Oblat Monseigneur Adélard Langevin, *La Liberté* était destinée « à devenir le plus grand hebdomadaire de l'Ouest canadien » (Brault, 1992, p. 286). La direction du *Manitoba*, sentant le besoin « d'élargir ses cadres aux dimensions de la province », fusionna en 1926 sa publication avec *La Liberté*, qui demeure aujourd'hui le seul journal d'actualité de langue française au Manitoba.

### ***1.1.2 L'émergence d'une presse fransaskoise***

Bien que la presse franco-manitobaine connût un certain essor à travers toutes les communautés francophones du Nord-Ouest, les Fransaskois durent attendre jusqu'en 1910, soit cinq ans après la fondation de la province, avant de se munir d'un organe de presse propre à eux-mêmes. Préoccupés par les effets de la grande dispersion géographique des franco-catholiques sur la cohésion des communautés de langue française et sur le maintien de la foi catholique au sein de celles-ci, les pères Oblats se mobilisèrent afin de doter les francophones de la nouvelle province de la Saskatchewan d'un journal. Après une tentative infructueuse en 1909 d'introduire quelques articles en français dans le journal régional *The Duck Herald Chronicle*, les Oblats fondèrent la Société de la Bonne Presse Limitée qui reçut « sa charte d'incorporation le 12 avril 1910 » (Brault, 1992, p. 287). Le premier

---

<sup>10</sup> Plusieurs journaux virent le jour, tels que *Le Courrier du Nord-Ouest*, *L'Écho du Manitoba*, *Le Nouvelliste*, *La Libre Parole* et *Le Soleil de l'Ouest* (Brault, 1992, p. 285). Cependant, aucun n'était en mesure de concurrencer *Le Manitoba* (Fauteux, 1957, p. 22).

numéro du journal *Le Patriote de l'Ouest* y est alors publié le 22 août 1910 (Société historique de la Saskatchewan, s. d.-a).

Fort de sa devise « Notre Foi, Notre Langue » et du drapeau fleurdelisé du Sacré-Cœur comme emblème, l'hebdomadaire desservit « les familles francophones éparpillées dans les trois grandes régions de colonisation française de la province : le nord-ouest, le sud-ouest et le sud-est » (Collège universitaire Glendon et Institut français de l'Université de Régina, 2006). Porte-parole de l'Association catholique franco-canadienne de la Saskatchewan (ACFC), *Le Patriote* fit la promotion des activités de celle-ci. Il servit également à « favoriser le regroupement des colons de sang français en leur indiquant les districts à majorité franco-catholique » (Société historique de la Saskatchewan, s. d.-a). En plus de faire la promotion du catholicisme et de défendre la langue française, le journal renseigna plusieurs de ces nouveaux colons « sur la qualité des sols et sur les questions agricoles » (Collège universitaire Glendon et Institut français de l'Université de Régina, 2006).

### ***1.1.3 La Liberté et le Patriote***

Depuis sa genèse, la presse francophone en milieu minoritaire doit affronter, en plus des défis sur le plan du contenu, de nombreuses embûches vis-à-vis de sa viabilité financière. D'autres journaux ayant vu le jour dans les communautés fransaskoises<sup>11</sup> ont rapidement disparu ou se sont carrément anglicisés, comme ce fut le cas de *L'Étoile de Gravelbourg* ou plutôt *The Star of Gravelbourg* (Brault, 1992, p. 288). *Le Patriote* connut ses propres difficultés, notamment lors de la Grande dépression des années 1930 lorsque

---

<sup>11</sup> Boulay (1998) mentionne les journaux régionaux *La Vie Catholique*, publié vers 1935, et *La Relève*, en circulation de 1963 à 1965 (p. 96).



les Oblats durent intervenir en assumant la responsabilité financière du journal, alors que la compagnie de la Bonne Presse se vit contrainte de liquider l'entreprise en 1933. Ces derniers assurèrent la continuité du journal pendant huit ans. Cependant, en 1941, les nouveaux actionnaires optèrent pour la restructuration de leurs acquis et procédèrent à une refonte de la presse leur appartenant en fusionnant *Le Patriote de l'Ouest* au journal franco-manitobain, *La Liberté* (Collège universitaire Glendon et Institut français de l'Université de Régina, 2006). C'est ainsi que *La Liberté et Le Patriote* desservit les Fransaskois pendant près de trente ans, jusqu'à la fondation d'un nouveau journal, *L'Eau vive*.

#### **1.1.4 L'Eau vive**

Insatisfaite de ce qu'elle considérait comme un manque de représentativité de la Saskatchewan dans les pages du journal manitobain, l'ACFC décide, en 1971, de fonder un journal. Roger Lalonde, président de l'ACFC à l'époque, annonça la publication d'un bulletin, « à titre d'essai pour une période de six mois » et en confia la direction et la rédaction au journaliste Marcel Moor, alors posté à Gravelbourg (Société historique de la Saskatchewan, 1992). Cette initiative connut du succès puisque *L'Eau vive*, dont le nom est une traduction du mot cri « Kis-is-kat-che-wan », ce qui signifie « le courant est rapide », fut publiée en version tabloïd à partir de 1973 (Boulay, 1998, p. 96). L'enracinement de *L'Eau vive* dans le paysage médiatique francophone de l'Ouest se concrétisa peu à peu avec le déménagement du journal à Régina et la fondation de la compagnie Les Publications Fransaskoises Limitée en 1975 (Brault, 1992, p. 290). Confronté à des difficultés financières, le journal dut fermer l'année suivante, mais fut rapidement relancé en 1978, et demeure en circulation à ce jour.

En 1987, les Publications Fransaskoises devinrent une coopérative à but non lucratif, la Coopérative des publications fransaskoises, « offrant ainsi au public la possibilité de participer au développement et à l'administration du journal » (Boulay, 1998, p. 97). Roland Pinsonneault, ancien président de l'ACFC chargé du projet de relance, avançait que cette privatisation des Publications Fransaskoises était essentielle pour assurer la pérennité de la presse écrite francophone de la province. D'après ce dernier, il incombait aux Fransaskois d'accepter la responsabilité financière de leurs médias (Riffenach, 2021). Cette réorganisation importante permit également à la direction de « [mettre] en place un plan de marketing afin d'encourager la vente d'annonces publicitaires et d'abonnements et [d'établir] un plan d'action pour les années à venir » (Daubisse, 2014).

La publication imprimée du journal est de nouveau suspendue en 2015 en raison de difficultés financières. Or, grâce au virage numérique amorcé en 1996 avec la création d'un modeste site Internet, *L'Eau vive* continua d'être publiée en version numérique. Une levée de fonds organisée en 2016, et mettant en vedette l'auteur-compositeur-interprète Zachary Richard, permit cependant de ressusciter la publication et la distribution du journal imprimé. En revanche, le journal, qui était jusque-là publié de façon hebdomadaire, dut réduire la fréquence des parutions. *L'Eau vive* est donc à ce jour disponible en version imprimée et numérique de manière bi mensuelle (Radio-Canada, 2021b). Un abonnement annuel au journal coûte 50,00\$, tandis qu'un abonnement pour une période de deux ans coûte 95,00\$ (*L'Eau vive*, 2022). La Coopérative des publications fransaskoises « [tablant] sur des partenariats, notamment avec le Conseil des écoles fransaskoises, pour élargir la diffusion du journal » atteint un tirage actuel de 800 exemplaires aux deux semaines (Radio-Canada, 2021b).

### 1.1.5 *L'édition fransaskoise*

Avant de poursuivre, il importe de rappeler la distinction faite entre les concepts de médias et médiatisation. Bien que les produits littéraires de l'Ouest canadien, le média, puissent faire l'objet d'une analyse approfondie à l'égard des formes et des représentations, nous ne nous attarderons pas aux caractéristiques et aux contenus de ceux-ci. Puisque cette recherche se veut une analyse des enjeux sociolinguistiques qui découlent de la consommation et de l'utilisation des médias, « les phénomènes sociaux et communicationnels » observables au sein de la Fransaskoisie, c'est davantage « la mise en média », soit la médiatisation, qui retiendra l'attention et non les produits médiatiques en soi (Aroufoune, 2021). Il est donc question ici de poser un regard sur la genèse de l'institution littéraire francophone dans l'Ouest canadien ainsi que sur la commercialisation, soit l'accessibilité, de produits littéraires francophones de toutes origines.

Dans l'ouvrage *Sous les mâts des prairies : Anthologie littéraire fransaskoise et de l'Ouest canadien* (2000), Bernard Wilhelm fait état d'une « relève littéraire, fruit du changement de climat créé par l'action de la Commission sur le bilinguisme et le biculturalisme dans les années 1960 et le soutien apporté par les organes du Secrétariat d'État aux activités culturelles de la communauté franco-canadienne de la Saskatchewan » (Wilhelm, 2000). Ce « changement de climat » se caractérise notamment par l'effritement de l'identité canadienne-française, et un « processus de largage et de liquidation intellectuelle des communautés francophones canadiennes » se produit dans le cadre de l'édification d'une idéologie nationaliste québécois (Martel, 1997, p. 140).

Ce changement survint à un moment où le gouvernement fédéral, en réaction à la volonté séparatiste d'un nombre croissant de Québécois, s'intéresse davantage au sort des francophones du Canada. La Commission sur le bilinguisme et le biculturalisme, qui mènera à l'adoption de la *Loi sur les langues officielles* en 1969, témoigne de l'avènement d'une politique favorable en matière de bilinguisme. Les Franco-Canadiens et les Acadiens y virent une planche de salut pour leurs communautés aux prises avec des taux d'assimilation vertigineux et désormais fragilisés par cette désolidarisation identitaire et idéologique (Martel, 1997, p. 160-163). Certes, cette intervention du gouvernement fédéral relève d'une tentative de calmer le jeu en ce qui concerne le nationalisme québécois, peut-être plus même qu'un désir de favoriser l'épanouissement des communautés franco-minoritaires. Quoi qu'il en soit, la création de programmes de subvention, comme celui du Conseil des Arts du Canada (CAC), adopté en 1972, permit aux communautés franco-canadiennes et acadiennes de recevoir un soutien financier, et ainsi aspirer à une plus grande autonomie sur le plan culturel. En résulta l'émergence de « plusieurs petites maisons d'édition partout au Canada », dont plusieurs francophones (Marquis, 2007, p. 296).

C'est ainsi que la première maison d'édition francophone de l'Ouest canadien vit le jour en 1974 au Manitoba lorsque les Éditions du Blé furent fondées à Saint-Boniface avec « pour mandat de publier des œuvres en tout genre, d'auteurs du Manitoba et de l'Ouest canadien » (Léveillé, 2015). Aujourd'hui, la maison publie « en moyenne sept titres par année dans une variété de genres : poésie, romans, nouvelles, théâtre, essais biographiques et historiques » (Réseau des éditeurs franco-canadiens, 2021). La fondation d'une maison d'édition francophone dans l'Ouest devait donc permettre aux auteurs de se

faire publier sans qu'ils se voient contraints « à s'exiler ou à exiler leurs œuvres » (Marquis, 2007, p. 245). En 1979, les Éditions des Plaines, une maison d'édition à but lucratif, « au service de la littérature franco-manitobaine » (Marquis, 2007, p. 302) voit le jour. Aujourd'hui, la maison d'édition publie « en moyenne dix livres par année; son catalogue compte plus de 400 titres et est le reflet d'un programme de publication variée. Les Plaines publient principalement des textes dont l'action se déroule dans l'Ouest, en plus de leur collection des Premières Nations, des Inuits et du peuple Métis » (Éditions des Plaines, 2022).

La Fransaskoisie dut attendre 10 ans après la fondation des Éditions du Blé pour que sa propre maison d'édition voie le jour. René Rottiers, journaliste à Radio-Canada et directeur de l'Association culturelle franco-canadienne de la Saskatchewan, « fonde en 1984 une maison d'édition pour permettre à la communauté fransaskoise de publier des textes dans sa langue » (Marquis, 2007, p. 302). À l'instar des Éditions du Blé, les Éditions Louis Riel adoptent en 1988 une structure coopérative à but non lucratif dont les membres sont « des écrivains et des écrivaines, des dramaturges et les amis et amies de la littérature fransaskoise » (Réseau des éditeurs franco-canadiens, 2017). Bénéficiant du soutien de programmes gouvernementaux, les Éditions Louis Riel parviennent à publier « deux ou trois titres par année, surtout des romans et des essais historiques ». Dans la décennie qui suivit, la maison d'édition changea de directeur et de nom pour devenir les Éditions de la nouvelle plume, nom qu'elle porte encore à ce jour (Marquis, 2007, p. 303).

Décrit comme « [l]'un des plus petits éditeurs en milieu minoritaire, les Éditions de la nouvelle plume sont au service d'une minorité linguistique voulant exprimer clairement et en français son passé, son vécu, ses rêves, son avenir » (Réseau des éditeurs franco-

canadiens, 2017). Selon le site de l'organisation, le mandat de la maison se résume en deux points :

1. *Publier des ouvrages en français écrits par des auteurs originaires des Prairies ou des ouvrages traitant de la réalité des provinces de l'Ouest.*
2. *Publier des ouvrages en collaboration avec les auteurs ou organismes qui désirent publier en français en Saskatchewan.*

Un survol du catalogue permet de constater une prépondérance de livres jeunesse, dont plusieurs sont accompagnés de guides pédagogiques. Cela peut s'expliquer notamment par l'appui financier du ministère de l'Éducation dont bénéficient les Éditions de la Nouvelle plume « pour les projets littéraires dans les écoles » (Bernatchez, 2021). Cette proximité avec le milieu scolaire est à souligner puisqu'elle semble influencer grandement les orientations des principales institutions responsables de l'offre médiatique auprès de la population fransaskoise. Il en sera notamment question plus loin dans l'analyse des résultats de l'enquête de terrain.

### ***1.1.6 Commercialisation et diffusion***

Il va sans dire que les publications francophones et fransaskoises sont de plus en plus accessibles par le biais de l'achat et de l'emprunt en ligne. Plusieurs ouvrages publiés par la Nouvelle plume peuvent d'ailleurs être achetés en ligne sur le site internet de la maison, ainsi que sur ceux des plus grands libraires franco-canadiens, en quelques clics. Quant aux distributeurs ayant pignon sur rue en Saskatchewan, ceux-ci se font plutôt rares.

Il y a Le Lien, le Centre fransaskois de ressources culturelles et pédagogiques, situé à Gravelbourg dans le sud-ouest de la province et abrité par le Collège Mathieu. Il s'agit du « seul centre francophone de distribution de produits et de prestation de services, [mettant] à la disposition de ses usagers plusieurs milliers de ressources qui sont des livres,

livres audio, revues, guides et troussees pédagogiques [...] » (Collège Mathieu, s. d.). C'est également une bibliothèque virtuelle « qui dessert les francophones et francophiles de l'Ouest du Canada » et attribue une augmentation de sa « capacité organisationnelle » et la modernisation de ses infrastructures à « un financement considérable octroyé par le Ministère de la diversification économique de l'Ouest<sup>12</sup> ».

Outre le Lien, la Bouquinerie Gravel, située également à Gravelbourg, est la seule librairie francophone de la province. Bien qu'elle ait pignon sur rue dans ce foyer historique de la fransaskoisie, la Bouquinerie déambule à travers la Saskatchewan pour atteindre les lecteurs francophones et francophiles dans tous les coins de celle-ci. Dans son film documentaire *Fransas quoi?!* (2015), les réalisateurs Mathieu Quintal et Carol-Ann Pilon firent connaître la libraire de la Bouquinerie, Maria Lepage. Grâce à ses tournées régionales et son salon du livre, cette dernière offre à sa clientèle la possibilité d'acheter et d'échanger des livres (Coalition pour la promotion de la langue française et la culture francophone en Saskatchewan, 2022 ; Pilon et Quintal, 2015).

Enfin, depuis 2017, la Coopérative des publications fransaskoises met à la disposition du lectorat fransaskois la revue littéraire en ligne *À ciel ouvert* qui a « pour mandat de diffuser des textes en français de préférence inédits et de tous genres » (*À ciel ouvert*, 2018). Publiée de façon biannuelle, la revue « encourage la diffusion de la littérature ainsi que la représentation d'autres formes artistiques produites par les francophones des prairies [sic] » (*À ciel ouvert*, 2018). La revue invite d'ailleurs à un

---

<sup>12</sup> Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (DEO) « est le ministère fédéral qui fait la promotion de la croissance économique dans l'Ouest canadien. Ses programmes et ses services aident à bâtir des entreprises, des organismes sans but lucratif et des collectivités plus solides[.] » (Gouvernement du Canada, 2021).

décloisonnement des milieux de création littéraire franco-minoritaires en faisant appel non seulement à des créateurs dispersés à travers les Prairies canadiennes, mais également à ceux de l'Acadie. Le sixième numéro publié à l'hiver 2021, en collaboration avec *Ancrages*, la revue acadienne de création littéraire, servait d'ailleurs à rassembler des textes de créateurs francophones des Prairies et de l'Acadie, afin d'offrir « une vision artistique et créative qui brise les frontières provinciales » (Clarke, 2021, p. 6).

## 1.2 Médias audios

Les médias audios sont les médias en format sonore. Ce type de média comprend la radio, qu'elle soit accessible par voie traditionnelle (soit en syntonisant des ondes radiophoniques) ou en ligne, la musique, et les baladodiffusions ou *podcasts*. En ce qui concerne la musique, celle-ci peut être instrumentale ou vocale. Dans la mesure où l'objectif de la présente enquête vise à connaître les rapports identitaires du groupe linguistique francophone aux divers médias, je retiens la définition de musique francophone comme étant de la musique produite par des auteurs, compositeurs, interprètes s'identifiant à la francophonie et dont les paroles des chansons, s'il y a lieu, sont en français.

Sur le plan historique, ce qui retient surtout l'attention dans le cas des communautés francophones en milieu minoritaire, dont la Fransaskoisie, c'est le développement et la démocratisation des technologies de radiodiffusion. Tout comme Internet révolutionna les technologies de l'information et de la communication vers la fin du vingtième siècle, et continue de le faire en ce qui concerne le mode de fonctionnement de la quasi-totalité des industries culturelles, économiques et autres, mondialement, l'entrée sur scène de la radio



au début de ce même siècle eut un effet percutant et pérenne sur la façon dont la société canadienne s'informerait et se divertirait à l'avenir.

### ***1.2.1 La nationalisation de la radio canadienne***

La radio est arrivée en Saskatchewan au début du 20<sup>e</sup> siècle avec la démocratisation de cette nouvelle technologie de communication qui devait, à priori, remplacer la télégraphie. Elle connut une grande popularité, l'écoute de la radio étant devenue même une activité sociale, et un premier club radio vit le jour à Saskatoon en 1912. D'abord une entreprise d'amateurs, la radio fut rapidement exploitée pour son potentiel commercial. La première station saskatchewanaise de ce genre, CKCK, s'est ajoutée aux 61 stations expérimentales en opération dans la province, en 1922 (Denis *et al.*, 2002, p. 30-31).

Les francophones de la province n'ont pas fait exception et se sont vite approprié le nouveau médium comme plateforme de divertissement. L'absence d'une radio francophone les incita alors à syntoniser les postes de langue anglaise, faisant en sorte que le foyer, jusque-là « le principal château fort de la vie française », devint un lieu d'assimilation (Musée virtuel de la Saskatchewan, s. d.). Pendant que certains francophones se questionnaient sur l'effet anglicisant de la radio, « des nationalistes canadiens-anglais [redoutaient] l'américanisation culturelle de leur société » (Martel, 1996, p. 320), en raison de l'accessibilité et de la proportion des contenus de provenance américaine<sup>13</sup>. Préoccupé par l'absence d'une réglementation de la radiodiffusion, ainsi que

---

<sup>13</sup> N'eût été ces préoccupations du côté de la société anglo-canadienne, le gouvernement aurait-il investi dans une enquête sur l'état de la radio francophone ? La retransmission de programmes et de publicités américaines sur les ondes canadiennes était surtout une préoccupation au Canada anglais. En revanche, les régions à forte présence francophone, qui avaient accès à la radio dans leur langue, étaient relativement épargnées par ce phénomène. Filion (2002) explique que lorsqu'il y a eu une réglementation concernant la « canadianisation » des ondes, celle-ci apparaissait « largement superflue en ce qui a trait au Canada français », car la langue constituait une barrière contre ce qu'il qualifie d'un « dumping américain » (Filion, 2002, p. 16).

de la proportion anémique de contenus canadiens relayée par celles-ci, le gouvernement de William Lyon Mackenzie King mit sur pied, en décembre 1928, une commission royale chargée de « s'enquérir de l'état actuel de la radiodiffusion au Canada » (Gouvernement du Canada, 1929, p. 5). Lors de son enquête, la Commission fit le constat que la profusion de programmes de provenance « extra-canadienne [tendait] à modifier la mentalité de la jeunesse, de façon à lui inculquer un idéal et des opinions qui ne sont pas canadiens » (p. 6). À son avis, « la radiodiffusion [devenait] de plus en plus un service public » et « sa valeur éducative » faisait d'elle un moyen important de « promouvoir l'unité nationale » (p. 9).

Grandement inspirée par le modèle de la British Broadcasting Corporation (BBC), la Commission recommanda la création d'une société d'État responsable de la radiodiffusion au pays (Lalonde et Lapointe, 2002, p. 35 ; Peers et Harada, 2015). C'est ainsi qu'en 1932, la *Loi canadienne sur la radiodiffusion*, qui créa la Commission canadienne de radiodiffusion (CCR), est adoptée à l'unanimité (Peers et Harada, 2015). Dotée d'un double mandat, celui de « mettre sur pied et exploiter un réseau national[, ainsi que de] réguler et contrôler la radiodiffusion au pays » (Lalonde et Lapointe, 2002, p. 37), la CCR réussit à établir un réseau de radiodiffusion pancanadien, en faisant l'acquisition de plusieurs stations appartenant à la compagnie de transport ferroviaire du Canadien National qui, en 1923, avait « installé ses propres stations [afin d'offrir à ses voyageurs] de courts programmes préparés par des employés amateurs » (p. 32).

N'ayant pas suffisamment de moyens pour le développement d'infrastructures nécessaires pour s'implanter partout sur le vaste territoire canadien, la CCR dut se résigner à « louer » le temps d'antenne des réseaux privés dont les revenus venaient principalement

des publicitaires servant des intérêts commerciaux. Craignant qu'un « bilinguisme trop évident » entraîne leurs cotes d'écoute à la baisse, les stations privées de la Saskatchewan, sans obligation quelconque à l'endroit du CCR, se montrèrent réticentes à la diffusion de contenus français ou bilingues (Lalonde et Lapointe, 2002, p. 38). Insatisfaits de la proportion minime d'émissions françaises ou bilingues, dont la plupart présentaient de la musique instrumentale ne permettant guère d'entendre prononcer quelques « syllabes françaises » (Atangana-Abé, 2007), les Fransaskois militants<sup>14</sup> durent lutter, pour la conservation en ondes de ces quelques émissions en insistant auprès des stations privées. Or, tandis que les francophones menaient une campagne auprès des stations, d'autres voix s'élevaient pour nier le caractère bilingue du Canada et pour réclamer une radio publique unilingue anglophone. Les groupes anglo-suprémacistes, tels les Orangistes et le Ku Klux Klan, appuyés par l'opinion publique et certains membres de la classe politique, protestèrent donc « bruyamment » contre toute programmation francophone (Lalonde et Lapointe, 2002, p. 38-39).

En novembre 1936, une nouvelle mouture de la *Loi canadienne sur la radiodiffusion* est promulguée par le gouvernement Mackenzie King créant un double réseau à branches unilingues, dont un anglophone et l'autre francophone, soit la *Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada* (CBC/SRC). La CCR démantelée, la CBC/SRC devint alors le réseau public de l'État, ainsi que « l'organisme de réglementation du secteur privé » (Taylor, 2013). La CBC/SRC bénéficia notamment d'une « structure administrative améliorée », soit un Bureau des gouverneurs composé de neuf membres

---

<sup>14</sup> Il convient de noter que ce n'est qu'une minorité de la population francophone de la Saskatchewan, représentée par les élites fransaskoises, qui s'est engagée dans cette lutte (Lalonde et Lapointe, 2002, p. 27-28 ; Wilhelm, 1992, p. 276-278).

provenant des différentes régions du pays, ainsi que d'un « financement mieux assuré grâce à une taxe de licence sur les récepteurs radio » (Easman, 2015). Le nombre de foyers canadiens ayant une telle licence se chiffrait alors à près d'un million (Lalonde et Lapointe, 2002, p. 41 ; Université de Sherbrooke, 2022).

Malgré ces immenses progrès en matière de politique de radiodiffusion canadienne et la bonne volonté exprimée par la présidence de la SRC quant au potentiel souhaité de la Société vis-à-vis du rapprochement des deux solitudes (Canuel, 2015, p. 46 ; Lalonde et Lapointe, 2002, p. 42 ; Université de Sherbrooke, 2022), la construction et le déploiement d'infrastructures pour assurer la diffusion tant espérée d'une programmation 100% francophone des Maritimes jusqu'aux Prairies se firent attendre, et le réseau d'État continua de dépendre des stations privées pour assurer la diffusion d'un minimum de contenu canadien dans les régions éloignées des centres urbains.

Le 29 juillet 1939, le poste devant desservir l'ensemble des provinces de l'Ouest est mis en onde (Canadian Communications Foundation, 2022b). Par conséquent, les francophones ayant milité à coup de lettres de doléances et de pétitions espéraient que le poste CBK de Watrous, SK, diffuse une programmation entièrement francophone, telle que promise par la SRC au moment de sa fondation, sinon une part équitable de programmes de langue française sur une chaîne bilingue. Or, ce n'est pas ce qui arriva, la majorité de la programmation étant de langue anglaise avec quelques émissions dites bilingues dont le contenu continuait d'être de nature musicale. De plus, la programmation bilingue s'amenuisa « passant de six pour cent et demi en février 1939 à moins de 2 pour cent en 1940 » (Gareau, 2002b, p. 46). Les Franco-Canadiens de l'Ouest se virent alors dans l'obligation de poursuivre leur lutte et se dotèrent de nouveaux moyens.

### 1.2.2 Construction du réseau francophone

Le prolongement dans le temps de cette lutte pour du temps d'antenne et l'inertie gouvernementale dans les efforts d'y remédier amènent le milieu associatif à réévaluer sa mobilisation dans le but de construire un réseau privé francophone (Martel, 1996, p. 329). C'est ainsi qu'en 1943 le Comité permanent de la survivance française en Amérique<sup>15</sup> et les Associations nationales de l'Ouest (ANO)<sup>16</sup> mirent sur pied un organisme chargé de la gestion « du projet de construction de quatre stations privées de radio dont une [serait] érigée en Alberta, une autre au Manitoba et les deux dernières en Saskatchewan » (p. 330), Radio Ouest Française (ROF).

Forte du soutien de leurs compatriotes à travers le continent, munie d'un mémoire technique détaillé et accompagnée de trois sénateurs francophones issus des trois provinces des Prairies, une délégation de ROF se présente, le 27 mars 1944, devant le Bureau des gouverneurs de la SRC à Montebello au Québec dans l'espoir d'obtenir les permis nécessaires à l'implantation des quatre stations souhaitées. La délégation est néanmoins déçue d'apprendre, à l'issue de la réunion suivante du Bureau, qu'une seule licence leur est accordée, soit celle pour Radio-Saint-Boniface. Certes, l'octroi du permis pour une station représenta un gain important. Il ne suffit pas, cependant, comme moyen d'assurer une diffusion de langue française dans l'ensemble des communautés francophones de l'Ouest. De plus, le permis fut accordé « à condition qu'il n'en coûte rien à la [SRC], ni

---

<sup>15</sup> Comité créé à Québec en 1937 ayant pour but « [d']assurer et améliorer la permanence de la culture des six millions de parlants français en Amérique ». Il devait servir de « centre de liaison et de solidarité entre tous les groupes français » (Verrette, 1949, p. 1)

<sup>16</sup> Ce comité conjoint était composé de représentants de l'Association d'éducation des Canadiens français du Manitoba (AECFM), l'Association catholique franco-canadienne de la Saskatchewan (ACFC) et l'Association canadienne-française de l'Alberta (ACFA). Il « jouait le rôle de table de concertation entre les associations » (Canuel, 2015, p. 47 ; Lalonde et Lapointe, 2002, p. 42).

pour la construction ni pour le fonctionnement du poste » (Gareau, 2002b, p. 52). Les francophones de l'Ouest durent alors poursuivre leur combat pour le développement du réseau, et ce, en s'autofinçant.

CKSB Radio-Saint-Boniface est mise en onde le 27 mai 1946. Malgré le succès des campagnes de financement, la situation financière de la station demeura plutôt précaire pendant un an, mais se stabilisa en 1947, soit un an après sa mise en ondes (Gareau, 2002b, p. 60 ; Société historique de la Saskatchewan, 2008a). Le Comité, ainsi que ROF, jugèrent alors bon en juin 1947 de présenter à nouveau au Bureau des gouverneurs « les trois dernières demandes de permis » (Martel, 1996, p. 330). Le 12 mai 1948, le Bureau des gouverneurs octroie de nouveau un seul permis, celui pour CHFA Radio-Edmonton qui fut mise en onde le 20 novembre 1949 (Government of Alberta, 2022).

Devant ce deuxième échec d'obtenir la totalité des licences réclamées, les Fransaskois poursuivirent leur campagne de sensibilisation dans l'espoir d'obtenir les deux stations convoitées pour Gravelbourg et Saskatoon. Ils saisirent l'occasion qui se présenta lorsque le Bureau des gouverneurs qui, à maintes reprises, refusa d'octroyer les permis nécessaires pour l'établissement de postes francophones en Saskatchewan, en émit un pour la communauté anglophone de Québec<sup>17</sup>, alors moins importante d'un point de vue démographique que la communauté francophone de la Saskatchewan (Gareau, 2002b, p. 60 ; Société historique de la Saskatchewan, 2008b). Ce favoritisme à l'égard de l'autre minorité de langue officielle ne passa pas inaperçu, et ROF présenta à nouveau sa demande

---

<sup>17</sup> Ironiquement, le poste CJNT à Québec doit son existence à Narcisse Thivierge, un francophone qui souhaitait « montrer à parler anglais aux gens de Québec » (Sonorisation Normand inc., 2015). Peu de temps après sa mise en onde, la direction fit la demande de pouvoir diffuser en français ou, du moins, du contenu bilingue, mais cette demande fut refusée, puisque la licence avait d'abord été octroyée pour l'opération d'un poste de langue anglaise (Canadian Communications Foundation, 2022e).

de permis. C'est donc 7 ans après la déposition de la demande initiale à Montebello en 1944 que « les gouverneurs mettent un terme au dossier de la radio dans l'Ouest en recommandant l'attribution des deux derniers permis, l'un pour le poste de Gravelbourg et l'autre pour celui de Saskatoon, au ministère des transports en 1951 » (Martel, 1996, p. 334).

La mise en ondes de CFRG<sup>18</sup> eut lieu comme prévu à Gravelbourg le 1<sup>er</sup> juin 1952, et celle de CFNS le 30 novembre de la même année. Si du côté de Gravelbourg, on réitérait l'importance de la langue française pour le maintien de la foi et de la religion catholique, à Saskatoon, on parlait plutôt d'une radio qui favoriserait la « compréhension entre les différents groupes ethniques de l'Ouest » (Société historique de la Saskatchewan, 2008c). Les deux stations offraient une programmation dont un comité de surveillance assurait la qualité des émissions en matière de contenu culturel et religieux. On y accorda une grande place notamment aux émissions pour la jeunesse, mais également à la musique populaire, surtout *western*, ainsi qu'aux bulletins d'information régionale (Lalonde et Lapointe, 2002).

### **1.2.3 *Radio-Canada Saskatchewan***

Craignant à nouveau l'américanisation de la société canadienne, le gouvernement libéral de Louis St-Laurent mit sur pied, en 1949, la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, des lettres et des sciences, communément appelée la Commission Massey d'après le nom de son président, Vincent Massey. Chargée d'enquêter sur l'état des arts et de la culture canadiens jugés anémiques, la Commission avait l'objectif

---

<sup>18</sup> Au moment de sa fondation, les termes « Crois, Façonne, Rayonne, Garde » ont été associés au sigle attribué par la SRC, devenant la devise du poste (Société historique de la Saskatchewan, 2008c).

« [d']assurer le sentiment d'appartenance à la nation canadienne par l'entremise du développement des arts et des sciences » (McLaughlin, 2012, p. 142).

Déposé en 1951, le rapport de la commission prônait « le financement, par le gouvernement fédéral, d'un large éventail d'activités culturelles », dont la radio (Stewart et Kallmann, 2019). Selon la commission, « étant l'un des plus puissants moyens d'éducation[, la radio] peut être envisagé[e] comme un facteur social trop puissant et trop délicat pour être négligé par l'État, qui, à notre époque, s'intéresse de plus en plus au bien-être de ses citoyens » (Gouvernement du Canada, 1951). Ce virage culturel de l'État-providence se manifeste donc par une politique qui vise à « guider les pratiques culturelles des Canadiens en assurant la production et la programmation d'un contenu canadien » (Filion, 2006, p. 77).

Quant au caractère francophone de cette production, il était recommandé « que la Société Radio-Canada songe à mettre en place un réseau français pancanadien dès qu'elle en aurait les moyens [et qu'elle] devrait utiliser les postes de l'Ouest comme débouchés pour ses émissions d'envergure nationale en français » (Gareau, 2002a, p. 71). Ce virage culturel nationaliste tombe à point pour les deux postes francophones de la Saskatchewan. Au moment de leur mise en ondes en 1952, ces derniers bénéficient d'une entente avec la SRC selon laquelle la société d'État « s'engage à assumer les coûts d'installation et d'entretien des lignes de relais entre Montréal et ses postes de l'Ouest et à leur fournir 16 heures de programmation par jour » (Société historique de la Saskatchewan, 2008d).

Certes, les ententes de rediffusion conclues avec la SRC dans les années 1950, ainsi que celles d'affiliation signées à la fin des années 1960 permirent à CFRG et CFNS de



produire une programmation locale et d’opérer en tant que stations privées pendant près de deux décennies. Toutefois, la précarité financière et la déficience du rayonnement persistèrent. En effet, les technologies de radiodiffusion évoluant à une cadence soutenue, les antennes de CFRG et CFNS étaient plutôt désuètes dès leur mise en ondes. Il était question d’une capacité limitée des fréquences sur lesquelles diffusaient les antennes, affectant « directement la rentabilité [des stations], puisque le rayonnement détermine la taille du marché et donc la vente de la publicité et les recettes » (Denis, 2002, p. 92).

Malgré la détermination et la persistance des dirigeants de CFRG et CFNS, le problème de la rentabilité des stations se pérennisait. Le soutien financier accordé par la SRC en fonction de l’entente d’affiliation en vigueur depuis 1966 s’amplifiait au fil des années jusqu’au point de ne plus être avantageux pour la société d’État. De plus, en raison de la nouvelle *Loi de la radiodiffusion* adoptée par le gouvernement fédéral en 1968 qui établissait le Conseil de la radio-télévision canadienne, aujourd’hui le Conseil de radiodiffusion et de télécommunications canadiennes (CRTC), le mandat de la SRC-CBC se précisa, le diffuseur public ayant l’obligation « de diffuser dans les deux langues officielles à travers tout le Canada » (Denis, 2002, p. 94).

Devant cette confluence de facteurs économiques et politiques, la SRC fit l’acquisition de CFRG et CFNS en 1973 pour créer CBKF, « *la radio [f]ransaskoise de Radio-Canada* » (Dubois, 2002a, p. 134), sous condition d’assurer le maintien d’une programmation de langue française, ainsi que la transmission de celle-ci à l’ensemble de la province. L’apport de la SRC en ce qui avait trait aux ressources financières eut pour effet d’améliorer le service d’information, conformément aux politiques et aux programmes du diffuseur public auxquels les radios fransaskoises devaient désormais

adhérer. Dès les premiers mois suivant l'acquisition des stations par la SRC et le déménagement des opérations à Régina, l'embauche de journalistes permit d'établir une salle de nouvelles, tandis que l'embauche d'un réalisateur de la programmation commerciale permit de développer les contenus de divertissement et de nature communautaire (Dubois, 2002b, p. 140-144).

#### ***1.2.4 CFRG renaît***

Alors que la SRC continue d'occuper une grande place dans le paysage radiophonique de la Fransaskoisie, d'autres initiatives locales ont vu le jour au tournant du 21<sup>e</sup> siècle et continuent de se déployer auprès de l'auditoire francophone de la Saskatchewan.

D'abord, en 2003, CFRG renaît de ses cendres, cette fois-ci sur des ondes FM. La demande soumise par l'Association communautaire fransaskoise de Gravelbourg (ACFG) est approuvée par le CRTC le 7 janvier 2003. Le permis accordé permet à l'ACFG d'émettre une programmation communautaire de langue française au poste 93,1 MHz. Des 105 heures de programmation attendues, 25 étaient produites localement. Les 80 heures restantes étaient alors assurées par le défunt Réseau francophone d'Amérique (RFA) (Canadian Communications Foundation, 2022f). Mis sur pied en mars 2000 par l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC), la RFA était un « réseau radiophonique national alimenté par satellite » qui permettait aux radios communautaires de « compléter leur production radiophonique locale » (« Alliance des radios communautaires du Canada », 2022). L'avènement d'Internet et donc la possibilité de transmettre du contenu par protocole IP ayant grandement facilité les échanges entre les diverses stations, le RFA,

devenu désuet, fut abandonné en 2007 (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2007).

Installé dans les locaux du Centre culturel Maillard à Gravelbourg, le nouveau CFRG 93,1 FM, qui porte désormais le nom de *Prairie FM*, est mis en onde au mois de mars 2003 avec une programmation diversifiée qui comprenait des émissions jeunesse, des bulletins d'information et météorologiques régionaux, ainsi que de la programmation musicale. Membre de l'ARC depuis ses débuts, *Prairie FM* est accessible en ligne depuis son site Internet et sur le site des radios de l'ARC. S'affichant comme « [l']unique radio communautaire francophone en Saskatchewan depuis 1952 », *Prairie FM* affirme que sa « mission consiste à offrir une programmation bilingue reflétant la vie culturelle de Gravelbourg et de partout en Saskatchewan » (CFRG 93.1, 2022). Malgré cette désignation de « bilingue », la programmation semble être majoritairement, sinon entièrement, de langue française, à l'exception de l'émission *Frañol*, récupérée au réseau des partenaires et consacrée à la musique latine.

### 1.2.5 *Émissions et baladodiffusions*

Bien que *Prairie FM* puisse se vanter de son statut « [d']unique radio communautaire francophone de la Saskatchewan », différentes initiatives de développement de contenus audios par et pour la Fransaskoisie ont vu le jour dans les dernières décennies.

En ce qui a trait aux moyens de diffusion traditionnels, l'émission *Couleurs café* est diffusée sur les ondes de la radio communautaire non-francophone de Saskatoon, CFRG 90,5FM depuis 2008. Toujours en ondes le samedi soir de 19h00 à 20h30, selon la grille horaire de la station, l'émission « se fixe, par amour de la musique francophone, le but de

la faire entrer dans le plus grand nombre possible de foyers » (CFCR 90.5FM, s. d. ; Couleurs Café Radio, s. d.-a). Tout comme *ICI Saskatchewan* et *Prairie FM*, la programmation de CFCR peut être syntonisée depuis Internet. Jusqu'en 2019, le blogue de l'émission mettait à la disposition de son auditoire des listes de lecture inspirées des diffusions compilées sur la plateforme Spotify. Une section du blogue est consacrée à la musique fransaskoise, répertoriant des vidéoclips d'artistes fransaskois (Couleurs Café Radio, s. d.-b).

Quant aux baladodiffusions francophones dans l'Ouest canadien, les projets se sont multipliés dans les dernières années. Certains balados fransaskois ont d'ailleurs connu un certain essor dans le paysage médiatique franco-canadien, dont *Les Francos oublié.e.s* (2021), *déCLIC* (2021) et *Pour l'amour du français* (2022).

Accessible sur une diversité de plateformes, l'émission *Les Francos oublié.e.s* lancée en janvier 2021, proposait jusqu'en mai de cette même année des épisodes hebdomadaires traitant « d'enjeux qui affectent [les hôtes et leurs invités] en tant que francophones minoritaires dans la société canadienne moderne » (Visweswaran et Moyen, 2022). Selon le témoignage des deux jeunes universitaires issus du milieu associatif franco-canadien à l'origine du balado, dont une Fransaskoise, ces derniers avaient pour objectif de « braquer les projecteurs sur la jeunesse francophone vivant à l'extérieur du Québec, ses accents diversifiés, sa réalité et ses défis au quotidien [comme] l'insécurité linguistique » (Hubert-Rouleau, 2021).

Organisme œuvrant auprès des créateurs fransaskois depuis 1974, le Conseil culturel fransaskois (CCF) soutient des projets de création médiatique, notamment des baladodiffusions. C'est le cas du balado *déCLIC*, lancé en 2021. Il constitue une ressource

pédagogique qui sert à « appuyer les enseignants dans leur rôle de passeur et passeuse culturelle » (déCLIC, 2021). Selon sa coréalisatrice, la ressource « a été créée pour faciliter le développement des compétences linguistiques orales et écrites des élèves en français, mais surtout, pour leur proposer des personnalités, des sujets et des thèmes qui peuvent les guider dans leur construction langagière, identitaire et culturelle » (déCLIC, 2021). Contrairement aux *Francois oubli.e.s*, le balado *déCLIC* n'est pas accessible au grand public et se veut un outil pour le milieu scolaire. Les dix épisodes du balado sont d'ailleurs accompagnés de trousseaux pédagogiques pour enrichir l'enseignement en lien avec les thèmes abordés.

Enfin, il convient de souligner l'apparition récente du balado *Pour l'amour du français* dans le paysage médiatique fransaskois. Ce balado signé Radio-Canada, dont le premier épisode fut mis en ligne le 18 mars 2022, traite de la normalité exogame<sup>19</sup> qui prédomine chez les familles francophones en milieu minoritaire et les défis liés à la transmission de la langue maternelle française aux enfants. Bien que l'émission soit réalisée en Saskatchewan, elle se veut une émission d'intérêt pour l'ensemble des communautés francophones en milieu minoritaire (Société Radio-Canada, 2022b).

### 1.3 Médias audiovisuels

Ce type de média comprend les produits médiatiques télévisuels et cinématographiques. En bref, ce sont des médias qui se regardent et s'écoutent. Les séries et les pièces de théâtre télévisées, les documentaires, les œuvres de fiction, ainsi que les

---

<sup>19</sup> La normalité exogame signifie que l'exogamie (union entre individus n'appartenant pas au même groupe linguistique) constitue la norme au sein de la Fransaskoisie, car, selon les données les plus récentes 81% des enfants fransaskois de moins de 18 ans se trouvaient dans une situation familiale exogame français-anglais (Bouchard-Coulombe *et al.*, 2012, p. 119).

émissions d'actualités s'intègrent à cette catégorie. Dans son module de formation publié sur le Portail international archivistique francophone (PIAF), Brigitte Guigueno avance que les médias audiovisuels comprennent également la radio (locale ou nationale, généraliste ou spécialisée), ainsi que la télévision (Guigueno, 2019). Or, comme la radio a joué un rôle important comme média collectif en Fransaskoisie, ce qui explique la nécessité d'une présentation étoffée, et afin de structurer notre intervention auprès des participants à l'enquête, il a été jugé approprié de faire la distinction entre les médias de nature sonore et ceux de nature (audio)visuelle. Comme ces médias sollicitent le champ sensoriel à des degrés variés (l'un sur le plan auditif uniquement, et l'autre sur les plans auditif et visuel simultanément), il est également attendu que les comportements vis-à-vis de leur consommation soient distinctifs, et méritent alors qu'ils soient traités séparément dans le cadre de la présente étude.

### ***1.3.1 La nationalisation de la télédiffusion***

Les premières stations de télévision au Canada, CBFT à Montréal et CBLT à Toronto, sont mises en opération au mois de septembre 1952. Malgré l'expérience ratée du réseau radiophonique bilingue qui a mené ultimement à la création d'un double réseau à branches unilingues, la CBC/SRC tenta de mettre en onde une programmation bilingue à la station de Montréal. Contrairement à ce qui s'est produit avec la radio, le public québécois fut préservé des luttes pour un temps d'antenne équitable, et la station devint unilingue francophone en 1954, tandis qu'une deuxième station montréalaise, anglophone celle-là, voyait le jour (Canadian Communications Foundation, 2022a). Le réseau francophone étant confiné au Québec, il développe rapidement « un caractère particulier » (Filion, 2006, p. 81). À vrai dire, Montréal est depuis les débuts de la télévision canadienne

le producteur central de contenus pour le réseau francophone. La métropole québécoise « devient rapidement un des centres de production télévisuelle les plus importants du monde » et son réseau se caractérise par « une grande homogénéité » (p. 82).

Comme ce fut le cas avec la radio, la télévision tarda à s'implanter à l'échelle du pays. Cette nouvelle technologie exigeait la construction de nouvelles infrastructures et des investissements significatifs. Alors que le sud de l'Ontario syntonisait la télévision de la CBC/SRC en 1952, les émetteurs de signal sur lesquels certains particuliers parvenaient à mettre la main pour pouvoir syntoniser, pendant quelques heures par jour, des postes américains, furent le seul moyen pour les Saskatchewanais de se prévaloir de ce nouveau médium. Devant la grogne que suscitait cette situation et l'incapacité d'instaurer un réseau télévisuel pancanadien, le gouvernement opta en mars 1953 pour autoriser la mise en onde de stations émettrices privées, mais qui seraient affiliées à la CBC/SRC, dans les régions du pays que le réseau public ne parvenait pas à atteindre. Cela se fit en dépit de réticences quant à la privatisation et à la commercialisation, voire l'américanisation, du paysage médiatique canadien. Une première station fut établie en 1954, CKCK-TV à Regina ; elle fit la retransmission de la programmation du réseau anglophone de la CBC/SRC (Wagner, 2004, p. 21-49).

Le gouvernement fédéral se vit de nouveau confronté à des problèmes de financement du système public de radiodiffusion, et maintenant de télédiffusion, ainsi qu'à la nécessité d'encadrer l'activité des diffuseurs privés dans l'intérêt national. Par conséquent, en 1955, il mit sur pied la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision, la Commission Fowler. Un chapitre complet du rapport de la commission, déposé en 1957, est consacré à la radio-télévision de langue française. Le rapport

mentionne que, malgré l'opinion favorable à l'égard des émissions radio-canadiennes francophones, auxquelles le poste de la SRC à Winnipeg, CBWT, consacrait deux heures de sa programmation le dimanche après-midi, « quelques voix isolées, la plupart venant des Prairies[, ont] exprimé l'avis que certaines émissions [...] sont peut-être d'un niveau trop élevé pour l'auditeur moyen des régions linguistiques éloignées du Canada français » (Gouvernement du Canada, 1957, p. 268). À l'opposé de ces critiques, d'autres auditeurs trouvaient que le registre de langue employé favorisait le rehaussement du vocabulaire de leurs concitoyens francophones.

La Commission Fowler conclut en proposant « l'instauration d'un minimum de normes culturelles applicables à la radiodiffusion privée » (Sidor, 2013). Elle mena notamment à l'adoption de la *Loi canadienne sur la radiodiffusion* de 1958, puis celle de 1968, qui autorise la constitution de réseaux privés de radio et de télévision, dont CTV au Canada anglais et TVA au Canada français (Filion, 2002, p. 17). Cette loi crée également le Conseil de la radio et de la télévision canadienne (CRTC)<sup>20</sup> comme organisme de réglementation indépendant chargé de « veiller à ce que toutes les composantes du système contribuent à l'atteinte des objectifs (dont le contenu canadien et l'unité nationale) assignés légalement, bien que vaguement, à la radiodiffusion canadienne » (Filion, 2006, p. 83). Bien que cette nouvelle réglementation eût pour effet d'accroître l'accessibilité à la télédiffusion dans la province, avec notamment la fondation de cinq stations privées en plus de celle de Regina, le réseau d'État n'avait cependant toujours pas de structures bien

---

<sup>20</sup> Appelé précédemment le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion dans la première mouture de la loi en 1958.



à lui. Il devait dépendre des stations privées pour la retransmission de son signal, et ce, dans un contexte de concurrence avec le réseau privé CTV (Wagner, 2004, p. 8).

Comme l’auditoire francophone était limité, et surtout éparpillé dans la province, et que le maintien des postes de radio si durement acquis exigeait déjà une mobilisation importante de ressources, la mise sur pied d’un réseau télévisuel privé à l’instar de TVA pouvait difficilement être envisagée par le milieu associatif fransaskois de l’époque. À vrai dire, il a fallu attendre jusqu’en 2014 pour voir l’implantation de la chaîne *Unis TV* dans le paysage télévisuel francophone canadien. Créée par le consortium TV5 Québec Canada dans le but de créer « des ponts entre les différentes communautés francophones du Canada », la chaîne vise notamment à « favoriser la production de contenu original à l’extérieur de Montréal et du Québec » (TV5 Unis TV, s. d.). D’abord disponible moyennant un abonnement forfaitaire supplémentaire pendant ses premières années d’exploitation, *Unis TV* intègre le service télévisuel de base des fournisseurs de service à partir de 2018, devenant plus accessible d’un point de vue économique.

### **1.3.2 *Télévision fransaskoise***

Bien que le réseau québécois se soit francisé rapidement, les communautés francophones en situation minoritaire durent se contenter, lorsque c’était techniquement possible, d’une retransmission de quelques émissions de langue française sur les chaînes qui diffusaient en langue anglaise. Le rapport de la Commission Fowler fait état d’une « répugnance que le public canadien entretient à l’égard des postes bilingues », malgré une entente relativement réussie dans certaines régions « où les frontières linguistiques chevauchent jusqu’à un certain point » (Gouvernement du Canada, 1957, p. 276). Les Fransaskois, dont le poids et la densité démographiques étaient particulièrement faibles, ne

se trouvaient pas dans ce contexte qui aurait possiblement été favorable à la retransmission d'une programmation francophone. En effet, la première télédiffusion de langue française en Saskatchewan eut lieu en 1963 lorsque la pièce *Le médecin malgré lui* de Molière fut mise en ondes sur la seule chaîne de Saskatoon. L'expérience démontra que ce genre de programmation était parmi les moins appréciées des auditeurs de cette ville (Wagner, 2004, p. 73).

L'acquisition des stations privées de CHAB-TV à Moose Jaw et CHRE-TV à Régina par la CBC/SRC en 1969 marqua l'arrivée de la télévision d'État de langue anglaise dans la province (Roussel Beaulieu, 2005 ; Wagner, 2004, p. 45). Les Fransaskois ont dû néanmoins attendre jusqu'en 1975 pour que le CRTC approuve la mise en onde d'une nouvelle station de télévision de langue française, CBKFT-DT, qui devait servir de poste de retransmission pour la station franco-manitobaine CBWFT, déjà en opération depuis 1960 avec une programmation locale bourgeonnante (Canadian Communications Foundation, 2022c, 2022d). Enfin, sept ans après l'acquisition par la CBC/SRC et vingt-deux ans après l'ouverture des premières stations privées, la retransmission à Regina, en 1976, du signal de la SRC marqua l'avènement durable de la télévision française en Saskatchewan.

Progressivement, l'établissement d'un réseau francophone autonome devient une réalité grâce à l'installation d'émetteurs dans les centres urbains et localités à plus forte densité francophone jusqu'en 1980. En octobre 1982, une première émission d'information, *Ce soir*, est produite et mise en onde à partir de la station saskatchewanaise (Dubois, 2002b, p. 175). Le déménagement en 1983 des opérations de la CBC/SRC à Regina vers son campus situé au 2440 rue Broad permit au réseau francophone de

développer son portefeuille de contenus locaux avec des installations et de l'équipement partagés avec le réseau anglophone (Canadian Communications Foundation, 2022c). Encore aujourd'hui, le seul poste de télévision francophone qui diffuse des contenus régionaux est celui de la SRC. Ces contenus demeurent toutefois limités. La seule émission produite localement de façon régulière est *Le téléjournal Saskatchewan* « diffusé en format de 30 minutes du lundi au vendredi à 18 h, en plus de cinq bulletins de nouvelles de trois et cinq minutes les samedis et dimanches entre 18 h et 22h » (Radio-Canada et Groupe des nouveaux médias, 2022). Tout compte fait, cela représente environ trois heures de contenu régional par semaine. Bien que la station fransaskoise investisse dans le développement de contenus pour le web, comme *La Fureteuse fransaskoise* (Société Radio-Canada, 2022a), Montréal demeure le centre de production et « [confinerait] les autres stations du réseau au rôle de simples relais de transmission à toutes fins utiles » (Harvey, 1992, p. 23 - 24). En 2021, lors d'audiences publiques sur le renouvellement de licence de la SRC, les représentants de la Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA) et de l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario (AFO) ont réclamé une décentralisation de la production afin que les « communautés se voient, s'entendent et se reconnaissent dans Radio-Canada » (*Les francophones réclament une meilleure représentation à Radio-Canada*, s. d.).

### ***1.3.3 Accès au réseau privé francophone***

En plus de la programmation offerte par la SRC, les services de télédiffusion satellite et numérique ainsi que de câblodistribution font en sorte que la population peut avoir également accès à des postes de télévision francophones d'ailleurs au Canada, comme Unis TV, TFO, TVA et Télé-Québec. De plus, le développement de technologies de *streaming*

(diffusion en continu) met à la disposition des Fransaskois plusieurs plateformes numériques sous forme d'applications mobiles compatibles avec diffusion sur des appareils de télévision. En effet, l'application TOU.tv de la SRC est en opération depuis 2010. Les réseaux de télévision privés ont également développé des plateformes, comme Club Illico (Vidéotron) qui « offre un accès illimité à un catalogue de plus de 6 500 contenus francophones », dont des productions originales (Vidéotron, s. d.). Pour sa part, Crave (Bell Média), « offre plus de 6 000 heures de contenu en français [et un] accès exclusif à des productions originales de chez nous » (Bell Média, 2022).

Tout comme pour Netflix, l'accès à ces plateformes nécessite un abonnement payant. Le fait qu'elles soient implantées dans le marché télévisuel canadien et régies par le CRTC est d'intérêt dans la mesure où elles sont davantage redevables envers les industries culturelles régionales. Le prospect d'une création de contenu axé sur les réalités régionales serait possiblement plus atteignable dans ce contexte. D'ailleurs, la série Edgar, offerte par Crave depuis l'été 2020, représente une première pour les francophonies de l'Ouest. Il s'agit de la première télé-série de fiction tournée au Manitoba ayant pour cadre l'Ouest canadien. Bien que ce soit des comédiens québécois « qui héritent des rôles principaux », plusieurs comédiens franco-manitobains et même fransaskois ont fait partie de la distribution (Therrien, 2020).

#### **1.4 Médias numériques**

Les médias présentés jusqu'ici sont convenablement désignés comme médias de masse, puisqu'il s'agit de « moyen[s] de communication destiné[s] à diffuser auprès d'un large public de l'information de nature sonore, écrite ou visuelle. » (Office québécois de la langue française, 2011a). Or, le terme « médias numériques » est employé pour désigner

un type de médiatisation, soit de diffusion, par voie électronique et qui relève davantage du média social « qui vise à faciliter la création et le partage de contenu généré par les utilisateurs, la collaboration et l'interaction sociale » (Office québécois de la langue française, 2011b).

Dans le cadre de l'élaboration de l'enquête de terrain, j'ai choisi de sonder mes répondants quant à leur utilisation d'Internet au sens large (langue de paramétrage des dispositifs d'accès), ainsi que leur utilisation des divers réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Tiktok et bien d'autres. Les médias numériques se distinguent dans la mesure où l'on parle autant de l'utilisation que de la consommation de ceux-ci. Ce type de média se prête non seulement à la création de contenus, mais également à la rediffusion médiatique dans un environnement où les individus sont en mesure d'organiser et de personnaliser les contenus en fonction de leurs intérêts. Le phénomène des « bulles de filtres » et de chambres d'échos médiatiques est d'ailleurs particulièrement intéressant à cet égard (Office québécois de la langue française, 2017 ; Pariser, 2011 ; Savoir média, 2019).

Bien que j'aie choisi d'élaborer le sondage en ligne et le questionnaire<sup>21</sup> utilisé dans le cadre des entrevues semi-dirigées afin de tenir compte des médias numériques, je m'aperçois de la difficulté d'aborder les enjeux de création de contenus et de participation communautaire qui en découlent autrement que superficiellement. Bien que des chercheurs se soient déjà intéressés à la question des médias numériques, comme Chiasson, Quirion et Charron (2012), qui ont enquêté sur les sites web dans les communautés francophones

---

<sup>21</sup> Annexe A (p. 208).

en Ontario et au Nouveau-Brunswick comme outils de renforcement de l'espace public francophone, les recherches sur le sujet demeurent limitées, surtout en ce qui a trait aux communautés de langue officielle minoritaire (Quirion, 2012).

À vrai dire, en raison des distinctions importantes par rapport aux autres médias identifiés précédemment, j'estime que les médias numériques mériteraient de faire l'objet d'une autre enquête ayant pour but de sonder plus concrètement l'usage et la consommation de ce genre de média par les Fransaskois. Par ailleurs, une méthodologie d'enquête et d'analyse distincte qui prendrait en compte leurs particularités s'imposerait. Certes, dans le cadre de la présente recherche, je tiendrai compte du virage numérique des médias de masse : c'est un facteur important sur le plan de leur diffusion et de leur accessibilité, et, par conséquent, sur le plan des comportements des consommateurs. Toutefois, je suis d'avis que pour des fins de synthèse, il vaut mieux m'en tenir aux médias dits « de masse » ou « traditionnels » dans le cadre du présent mémoire.

L'historique des pages précédentes ne suffit certainement pas à mettre en évidence l'ensemble des initiatives et projets médiatiques entrepris par les Fransaskois à travers les décennies. Il permet, néanmoins, de recenser les principaux médias francophones établis en Saskatchewan, qu'ils soient écrits, audios ou audiovisuels, afin de pouvoir traiter adéquatement des rapports qu'entretiennent les Fransaskois avec ceux-ci à l'heure actuelle et saisir comment les défis liés à leur développement se pérennisent. Mais examinons tout d'abord qui est le public fransaskois d'aujourd'hui.

## 2 LA FRANSASKOISIE

Afin de bien cerner les rapports qu’entretiennent les Fransaskois avec les médias énumérés ci-dessus, un portrait actualisé de la Fransaskoisie s’impose. D’abord, il sera question de la définition de ce qu’est un Fransaskois et comment l’inclusion au sein de la Fransaskoisie est devenue un enjeu de grande importance contribuant à une renégociation des balises identitaires au sein de la communauté. Ensuite, grâce à un dépouillement des données statistiques, dont celles du plus récent recensement fédéral de 2021, il est possible de présenter un bilan actualisé en ce qui concerne le nombre et le poids démographique, ainsi que les caractéristiques et les comportements linguistiques de la population fransaskoise.

### 2.1 Identité(s) et inclusion

D’abord, qu’est-ce qu’un Fransaskois ? À vrai dire, l’usage du terme « Fransaskois » est plutôt récent. La désolidarisation du Canada français survenue au lendemain des États généraux du Canada français en 1964, marquée par l’aliénation des francophones vivant à l’extérieur de la province de Québec, amena une « redéfinition de la vision personnelle des groupes francophones minoritaires [...] précipitant ainsi l’émergence d[']identités distinctes » (Boulay, 1998, p. 36). Jusque-là, les francophones dispersés à l’échelle du Canada avaient l’habitude de s’identifier en tant que « Canadien français ». Le terme « Canadien français » est néanmoins porteur d’une connotation ethnique forte, ce qui peut provoquer un malaise chez certains canadiens francophones n’ayant pas de lien ancestral avec « la race canadienne-française ». La présence francophone dans l’Ouest en particulier découlerait partiellement d’une migration de colons franco-européens, arrivés au tournant du vingtième siècle. À vrai dire, le mouvement associatif francophone en Saskatchewan se

distinguaient déjà, au début du vingtième siècle, de celui des autres provinces en raison de conflits internes opposant membres du clergé canadien-français et laïcs français. Cette dynamique aura notamment une influence dans la constitution de l'association porte parole qui privilégiera la désignation de « franco-canadienne », plutôt que « canadienne-française » (Linteau *et al.*, 2017, p. 311-313). Enfin, le mot « Fransaskois » apparaît pour une première fois en 1972 dans les pages de l'*Eau vive*, mais son utilisation n'est pas généralisée avant les années 1980 (p. 37).

Selon l'Assemblée communautaire fransaskoise (ACF), un Fransaskois ou une Fransaskoise est « un individu qui s'identifie à la communauté francophone de la Saskatchewan, soit aujourd'hui ou dans le passé, par la naissance, le mariage ou l'adoption ou, encore, n'importe quel individu qui s'identifie à la communauté fransaskoise et qui contribue à la vitalité de la langue française et à la vitalité et au développement des communautés francophones<sup>22</sup> de la Saskatchewan, tout en reconnaissant qu'il existe plusieurs moyens d'entreprendre cette contribution » (Commission sur l'inclusion de la communauté fransaskoise, 2006, p. 17). C'est d'ailleurs cette définition qui est retenue pour identifier la population qui fait l'objet de l'enquête de terrain présentée à la section suivante. L'ACF n'en est toutefois pas arrivée à cette définition sans que la question de l'inclusion au sein de la communauté ait suscité de vifs débats.

---

<sup>22</sup> Dans la définition de l'ACF, il est question de la « communauté fransaskoise » au singulier, et des « communautés francophones » au pluriel. Selon la Commission sur l'inclusion, une communauté, dans le contexte fransaskois, est « une unité complète de civilisation composée de personnes de familles et d'institutions » (Commission sur l'inclusion de la communauté fransaskoise, 2006, p. 8). La communauté fransaskoise est alors l'ensemble des entités organisationnelles, tandis que les communautés francophones de la Saskatchewan, qui peuvent se retrouver en son sein, sont des collectivités qui se distinguent sur les plans ethnique, culturel, géographique ou autres, mais qui ont comme facteur unificateur l'expression française.



En 2005, l'Association Jeunesse fransaskoise a décidé d'inviter les élèves des écoles d'immersion française à participer aux Jeux fransaskois prévus pour cette même année. La Division scolaire fransaskoise a alors retiré la participation de ses élèves afin d'organiser des jeux séparés, ce qui a entraîné un « débat intense au sein de la communauté ». Pour répondre à cette « crise », l'ACF mit sur pied la Commission sur l'inclusion « avec le mandat de se pencher sur la question de l'identité fransaskoise, d'inclusion et d'exclusion pour l'ensemble de la communauté » et « dont la mission serait de présenter un certain nombre de recommandations » (Commission sur l'inclusion de la communauté fransaskoise, 2006, p. 3 ; Mocquais, 2012, p. 92-93). 24 recommandations qui s'organisent autour des polarités d'Unité/Diversité, Langue/Culture, Inclusion/Exclusion et Communauté/Société en ont résulté. Selon Wilfrid Denis (2010), président de la Commission, « les Jeux étaient symptomatiques [de la problématique de] l'acceptation de foyers exogames et surtout de partenaires non francophones » (Denis, 2010, p. 17) et ce, malgré le fait qu'en 2006, 81% des enfants fransaskois de moins de 18 ans se trouvaient dans une situation familiale exogame français-anglais (Bouchard-Coulombe *et al.*, 2012, p. 119)

Le contexte de diglossie<sup>23</sup>, dans lequel se retrouvent les Fransaskois n'y est pas pour rien. Cette réalité fait en sorte que la communauté se veut plutôt méfiante envers la participation d'anglophones ou d'allophones n'ayant pas une connaissance fonctionnelle de la langue française à la vie communautaire. Selon Denis, « la communauté a trop vécu d'expériences où l'inclusion de personnes ne maîtrisant pas suffisamment le français a

---

<sup>23</sup> Terme qui signifie « la coexistence sur un même territoire de deux langues de statuts inégaux » (Landry *et al.*, 2006, p. 41).

abouti à un fonctionnement d'abord bilingue et ensuite principalement anglais, pour finalement se retrouver dans une institution totalement anglicisée » (Denis, 2010, p. 31). Les enquêtes menées par Boulay, ainsi que celles réalisées par Von Staden et Sterzuk, témoignent de ce phénomène d'angloconformisme chez les Fransaskois, plusieurs répondants affirmant privilégier la langue anglaise en présence d'unilingues anglophones, et ce, même dans un contexte familial (Boulay, 1998 ; Von Staden et Sterzuk, 2017).

Si l'angloconformité se veut tout à fait problématique dans le cadre d'activités présentées par l'ACF, la francoconformité, c'est-à-dire l'adhésion à une définition « étroite » de ce qu'est un francophone, l'est tout autant. Selon Denis, la recommandation « voulant que les parents [anglophones ou allophones] des familles exogames participent activement à la communauté » fait en sorte d'éviter que la communauté tombe dans cette définition restrictive, malgré sa recommandation d'assurer la « primauté du français », et ce, « lors de tout événement ou activité publique de rapprochement organisé par la communauté fransaskoise et avec d'autres groupes » (Commission sur l'inclusion de la communauté fransaskoise, 2006, p. 37 ; Denis, 2010, p. 31).

En outre, le faible taux de natalité, contribuant au vieillissement de la population, ainsi que l'urbanisation qui contribue à l'affaiblissement des noyaux communautaires que l'on retrouvait autrefois dans les milieux ruraux, font en sorte que les Fransaskois, tout comme les minorités de langues officielles ailleurs au pays, doivent recourir à l'immigration afin d'assurer la régénération de ses nombres (Landry *et al.*, 2006a). Il n'est donc pas étonnant de constater qu'en 2016, 56 % des Fransaskois étaient nés en Saskatchewan, alors que 29 % étaient issus des migrations interprovinciales, et 16 % de l'immigration internationale. Par conséquent, les Fransaskois forment un groupe hétérogène sur le plan ethnoculturel. À

noter que, selon les données statistiques de 2016, 57 % des immigrants de langue française venaient de l’Afrique, 22 % de l’Europe, 18 % de l’Asie et 6 % des Amériques (Commissariat aux langues officielles, 2016). Autant l’immigration contemporaine joue un rôle important dans le maintien de la vitalité du fait français en Saskatchewan, autant elle amène un changement démographique important et une diversification de la fransaskoisie sur le plan ethnoculturel qui obligent les institutions, ainsi que les individus, à s’adapter à un contexte où les appartenances identitaires peuvent être plurielles.

Compte tenu de la bilinguisation du milieu familial des Fransaskois, de la tendance vers l’angloconformité et de la diversité ethnoculturelle croissante, la Fransaskoisie a dû se pencher sur l’aménagement de cette nouvelle pluralité, tout en veillant à la préservation et à la pérennité de l’espace francophone. Enfin, en recommandant que « la communauté fransaskoise soit définie par [...] deux dimensions de territoire et de langue » (Denis, 2010, p. 41), la Commission adopta une définition inclusive de ce qu’est un francophone et un Fransaskois, soit celle présentée en introduction à ce segment, dans le but de permettre une plus grande participation et identification à la Fransaskoisie.

## **2.2 Démographie linguistique**

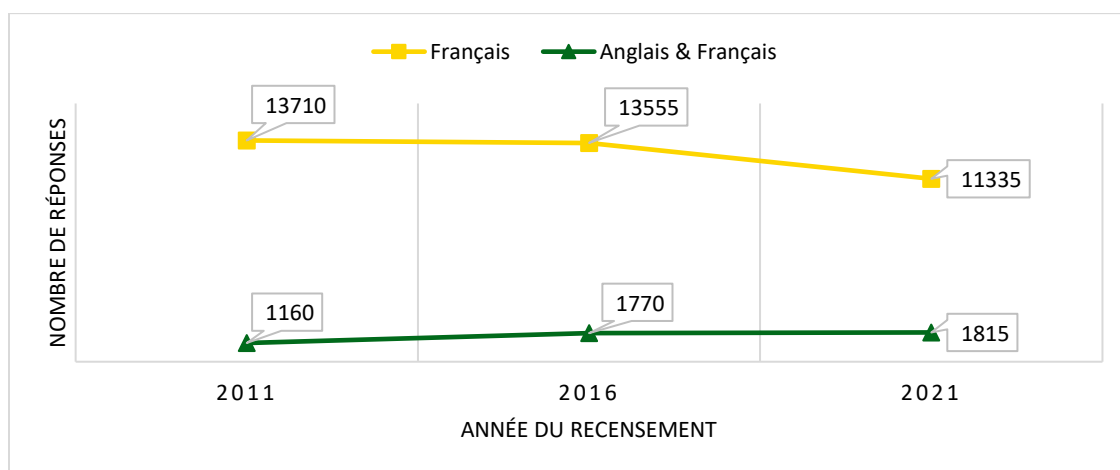
Puisque la définition de ce qu’est un Fransaskois dépend en grande partie de l’auto-identification et que l’appartenance à la Fransaskoisie peut varier en fonction de facteurs idéologiques, comment faire pour comptabiliser les membres de cette communauté ?

Statistique Canada, définit la minorité de langue française comme étant « formée de toutes les personnes ayant le français en tant que première langue officielle parlée [(PLOP)] et de la moitié de celles ayant à la fois le français et l’anglais » (Statistique Canada, 2017).

Compte tenu de cette définition, la minorité francophone de la Saskatchewan s’élevait à 12

243 individus en 2021 (Fig. 1), soit 1,10 % de la population totale de la province. Il s'agit d'une décroissance sur le plan du poids démographique de 0,21 % depuis le recensement précédent (2016), et de 0,30 % depuis celui de 2011. De plus, à l'inverse de ce qui a pu être observé en 2016 par rapport au recensement de 2011, où le nombre absolu de Fransaskois avait augmenté de 145 individus, celui-ci a diminué de 2 193 individus, une baisse de 15,2 % (Statistique Canada, 2012, 2017, 2022b).

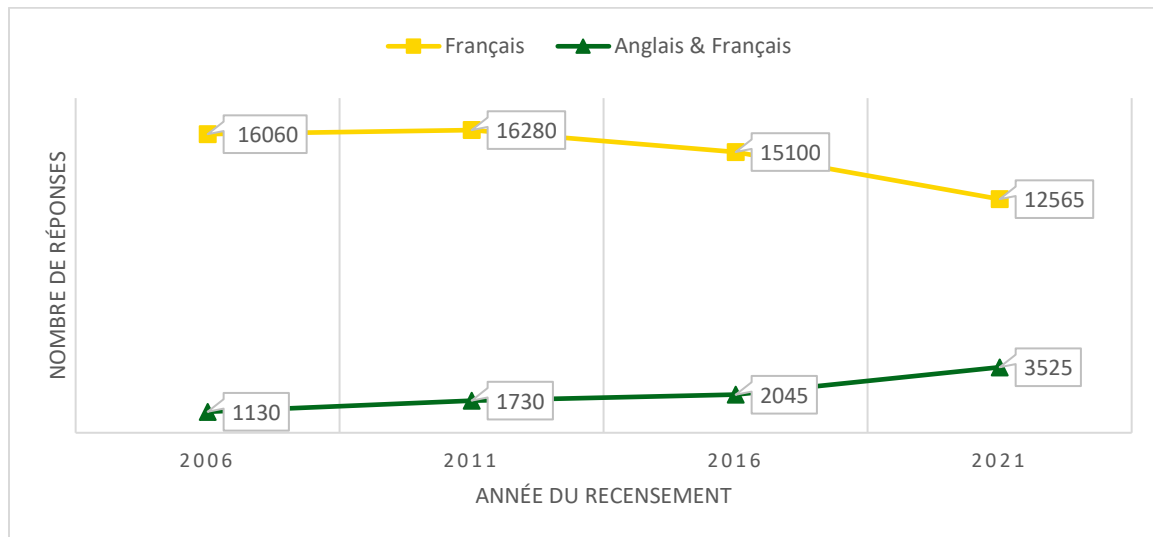
Figure 1 : PLOP (2011-2021)



Ces chiffres indiquent qu'il y a un transfert linguistique vers l'anglais qui s'opère : alors que le nombre de répondants qui affirment avoir uniquement le français comme PLOP décroît, le nombre de répondants considérant avoir l'anglais et le français comme PLOP est en hausse (Fig. 2). Malgré une légère croissance de ces derniers, celle-ci n'est pas suffisante pour endiguer la tendance à la baisse. Bien qu'elles ne soient pas utilisées comme mesure dans le calcul de la taille de la minorité linguistique, les données concernant la langue maternelle des Saskatchewanais témoignent également d'un transfert linguistique en faveur du bilinguisme anglais-français. Comme dans le cas de la PLOP, la croissance

du groupe bilingue n'est toutefois pas suffisante pour ralentir la perte observée dans le groupe de langue maternelle unilingue française.

Figure 2 : Langue maternelle (2006-2021)



Si 1,10 % de la population est issue de la minorité de langue officielle, un pourcentage moindre utilise le français à la maison. En 2021, 3 215 personnes affirment que la langue parlée le plus souvent à la maison est le français, soit une proportion de 26,26 % de la population minoritaire, ce qui signifie une baisse par rapport à 2016, année à laquelle ce pourcentage était de 27,61 %. En 2011, le pourcentage était de 30,6 %. Malgré une augmentation en 2016 du nombre de personnes disant utiliser le français « régulièrement à la maison », celui-ci a chuté encore plus qu'en 2011 pour atteindre un chiffre qui représente 52,2 % de la population minoritaire. En outre, le bilinguisme prend de l'ampleur de nouveau puisque, comparativement à 855 répondants dont l'anglais et le français seraient les langues les plus parlées à la maison en 2011, 1 325 répondants affirment utiliser l'anglais et le français à égalité dans leurs interactions au foyer en 2021, ce qui représente 10,8 % de la population minoritaire. De plus, le nombre de ceux qui disent

utiliser le français et une langue non officielle régulièrement à la maison a augmenté, passant de 920 personnes en 2011 à 1155 en 2021 (Statistique Canada, 2007, 2012, 2017, 2022b).

Boulay (1998) souligne qu'il y a une nuance à apporter à l'analyse des chiffres concernant l'usage de la langue française à la maison. Selon cette dernière, l'utilisation de la langue française peut se faire au quotidien, malgré un milieu familial anglo-dominant. Les répondants à l'enquête de Boulay pour qui le français n'était pas la langue d'usage au foyer disaient le parler régulièrement avec d'autres membres de la famille et de la communauté à l'extérieur de la maison. De plus, il y en a possiblement pour qui le français n'est pas la langue d'usage à la maison, mais qui l'utilisent de façon prédominante ou régulière dans le cadre de leurs activités professionnelles (Boulay, 1998, p. 59-62).

Entre 2006 et 2016<sup>24</sup>, il y eut une diminution importante au nombre de personnes ayant le français comme langue le plus souvent utilisée au travail. Ce chiffre est passé de 8 590 à 1 995<sup>25</sup>, alors que le nombre de personnes ayant l'anglais et le français comme langue de travail a augmenté légèrement pendant cette même période. Il importe également de constater que le français comme langue secondaire a gagné du terrain pendant cette même période, 655 personnes ayant déclaré l'utiliser régulièrement au travail en 2006, tandis qu'en 2016 ce chiffre était de 3 800 (Statistique Canada, 2007, 2017).

Pour résumer, les Fransaskois, selon la définition de la minorité linguistique préconisée par Statistique Canada, représentent 1,10% de la population totale de la province.

---

<sup>24</sup> Ces données du recensement de 2021 n'ont pas encore été publiées.

<sup>25</sup> L'anglais a toutefois gagné du terrain, 129 190 de plus disant utiliser cette langue le plus souvent au travail.

Cependant, compte tenu de la définition inclusive de ce qu'est une Fransaskois adoptée par l'ACF à la suite de la Commission sur l'inclusion, le nombre de personnes qui s'identifient en tant que Fransaskois peut être inférieur ou même supérieur à celui rapporté en fonction de la PLOP de la population. Les données concernant la PLOP ainsi que la langue maternelle témoignent néanmoins d'un déclin en ce qui a trait au nombre absolu et au poids démographique des Fransaskois dans la province. Bien que le nombre de réponses multiples en ce qui concerne la PLOP est en augmentation, la croissance ne compense pas la perte d'effectifs dont l'unique PLOP est le français. Enfin, les données statistiques témoignent également d'un faible usage du français à la maison, ainsi qu'au travail. Près de trois quarts du nombre total des individus qui font partie de la minorité de langue officielle disent ne pas avoir le français comme langue d'usage à la maison. Ce portrait permet maintenant de présenter l'enquête de terrain et surtout de voir comment l'échantillon peut se distinguer et se rapprocher statistiquement de la Fransaskoisie globalement.

### 3 ENQUÊTE DE TERRAIN : MÉTHODOLOGIE

Comme je l'ai indiqué en introduction à ce mémoire, le corpus documentaire qui traite précisément des Fransaskois et de leurs rapports avec les médias étant restreint, je souhaite, par la présente recherche, contribuer à l'avancement des connaissances au sujet de la Fransaskoisie. Plus largement, je vise à favoriser la compréhension des enjeux de continuité linguistique qui touchent l'ensemble des communautés francophones en milieu minoritaire en m'intéressant à la consommation médiatique et aux perceptions sur les médias des Fransaskois. Dans ce contexte, l'enquête de terrain s'imposait comme le moyen par excellence pour étudier les rapports entre les médias et la vitalité sociolinguistique individuelle et collective. L'interprétation des comportements et les perceptions recensées vis-à-vis des médias francophones témoigne des dynamiques relationnelles individus-collectivités en fransaskoisie. Les Fransaskois, en fonction de diverses caractéristiques démolinguistiques peuvent être portés à privilégier ou à rejeter une consommation médiatique francophone. Ces degrés variés de consommation sont liés, entre autres, au degré d'appartenance qu'un individu peut manifester par rapport à la Fransaskoisie, et sa tendance, voire sa capacité de s'identifier à celle-ci et donc de contribuer à sa vitalité. Toutefois, avant de plonger dans l'analyse des données collectées, il importe de présenter la méthodologie de l'enquête.

#### 3.1 Sondage en ligne

Pour la première phase, un questionnaire en ligne a été diffusé auprès de groupes s'identifiant comme étant liés à la Fransaskoisie<sup>26</sup>. Le questionnaire, ainsi que les formulaires de consentement, ont été élaborés et mis en page en utilisant la plateforme

---

<sup>26</sup> Les associations, institutions et organismes membres de la communauté fransaskoise.  
Copyright © Trevor Grey – Médias et vitalité sociolinguistique en Fransaskoisie – 2023



Simple sondage (simplesondage.com). Cet outil a été privilégié puisque les données recueillies par le biais de la plateforme sont hébergées au Canada selon des exigences gouvernementales strictes. Ainsi, j'ai pu m'assurer de la sécurité et de la confidentialité des données. Simple sondage permettait également de générer des rapports à partir des réponses au sondage, facilitant ainsi l'analyse de données.

Le questionnaire en soi se composait de soixante (60) questions. Les questions étaient à réponses courtes, à choix multiples et à sélection de réponses. Il y avait seulement une question à développement à la fin, permettant aux répondants d'ajouter des commentaires s'ils le souhaitaient. Le questionnaire devait prendre environ 20 minutes à compléter selon le rythme du répondant<sup>27</sup>. Par ailleurs, comme il était attendu que certains répondants ne maîtrisent pas le français, le sondage ainsi que les formulaires de consentement ont également été traduits en anglais. Dans le souci d'avoir un questionnaire adapté au public cible et de m'assurer de la clarté des questions, j'ai procédé à un prétest auprès d'un nombre restreint de répondants franco-minoritaires, et même anglo-minoritaires, étrangers à la Fransaskoisie. Ayant débuté mon parcours universitaire à l'Université Sainte-Anne en Nouvelle-Écosse, j'avais des contacts personnels avec des Acadiens néo-écossais prêts à faire le test du sondage. À ce groupe test s'est ajouté des anglo-québécois faisant partie de mon réseau personnel à Montréal. Les réponses au sondage de cinq individus, ainsi que leur rétroaction participative ont permis de corriger certaines ambiguïtés sémantiques du questionnaire et d'ajuster la structure du sondage.

---

<sup>27</sup> Le temps de réponse en moyenne était de 16,7 minutes.

Dans le but d'atteindre le plus grand nombre de Fransaskois possible, j'ai choisi d'utiliser mes comptes personnels sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram. Un survol des divers médias sociaux a permis de constater que la plateforme où la communauté fransaskoise démontre une présence, une activité et un engagement relativement élevés est Facebook. La diffusion du sondage sur les pages Facebook du réseau institutionnel a donc permis de maximiser la visibilité de l'enquête auprès des abonnés fransaskois. Cette plateforme, exploitée par plusieurs associations fransaskoises comme moyen de communication avec leurs membres, a alors permis d'entrer en contact avec un réseau étendu et diversifié de répondants potentiels. Dans une moindre mesure, Instagram a permis de diffuser le sondage auprès de Fransaskois faisant partie de mon réseau personnel, susceptibles de répondre au sondage et de partager la publicité de l'enquête.

D'autres participants ont également été sollicités par courriel. Un message a été transmis aux intervenants du milieu associatif fransaskois ainsi que d'autres organismes œuvrant auprès des communautés francophones en milieu minoritaire au Canada<sup>28</sup>, et dont certains membres pouvaient s'identifier comme Fransaskois, les enjoignant à faire circuler le sondage parmi leurs membres. Évidemment, ce ne sont pas tous les Fransaskois qui sont des adeptes des médias sociaux<sup>29</sup>, même dans le contexte pandémique où l'engouement pour les modes de communication virtuels était sans précédent. Je souhaitais particulièrement que la situation pandémique favorise la participation des aînés pour qui le contact avec les technologies de l'information et de la communication était possiblement demeuré jusque-là plutôt restreint. Statistique Canada a notamment rapporté une utilisation

---

<sup>28</sup> La Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA) et la Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF).

<sup>29</sup> Le sondage a donc surtout circulé auprès de personnes faisant preuve d'une certaine littératie informatique.

accrue d'Internet et une diversification des activités en ligne des aînés depuis le début de la pandémie (Wavrock *et al.*, 2022). Or, comme il sera exposé plus loin, le nombre de participants de 65 ans et plus est resté limité.

Grâce à la diffusion du sondage sur Facebook par des associations et des individus engagés auprès des Fransaskois, ainsi qu'à la publicité inattendue de la part de l'émission radiophonique *Pour faire un monde* à l'antenne de Radio-Canada Saskatchewan<sup>30</sup>, et dans les pages de l'*Eau vive*<sup>31</sup>, ce sont 75 personnes qui y ont répondu. Rappelons que, sur une population estimée à plus de 15 000, ce chiffre ne permet pas de présenter des données représentatives de la Fransaskoisie en ce qui a trait à ses habitudes de consommation et de perception des divers médias.

Quelles caractéristiques démolinguistiques influencent les comportements et les perceptions vis-à-vis des médias francophones? À travers l'analyse des données, je souhaite déterminer si les caractéristiques de certains sous-groupes peuvent être liées à une plus faible consommation ou une perception négative de médias francophones. J'évalue donc la proportion dans laquelle les répondants consomment et utilisent les médias en anglais et en français (l'anglais étant la langue officielle *de facto* et le français étant la langue officielle minoritaire dans le contexte canadien) selon plusieurs caractéristiques recensées. À des fins d'analyse, j'ai donc procédé au dépouillement des données brutes afin de faire ressortir les sous-groupes d'intérêt, c'est-à-dire qui présentaient des

---

<sup>30</sup> Au lendemain de la diffusion du sondage le 29 octobre 2020, j'ai été invité à participer à l'émission de radio *Pour faire un monde* afin de parler de l'enquête entreprise dans le cadre de mon projet de mémoire. J'ai donc pu présenter les objectifs de la recherche dans une entrevue de treize minutes le 3 novembre 2020 (Labrie, 2020).

<sup>31</sup> Le 12 novembre 2020, Lucas Pilleri, rédacteur en chef de l'*Eau vive*, m'a contacté dans le but de présenter mon projet de recherche dans le journal. Son article intitulé *Quelle consommation les Fransaskois font-ils des médias?* a été publié dans les pages de l'*Eau vive* et sur son site Internet le 26 novembre 2020 (Pilléri, 2020).

caractéristiques susceptibles d’avoir un impact sur la vitalité sociolinguistique, comme la composition linguistique du milieu familial, la parentalité, le programme scolaire suivi et l’âge, dont le nombre de répondants était jugé suffisamment élevé pour procéder à une comparaison pondérée équitable<sup>32</sup>.

Puisque l’échantillon étudié est aléatoire, et donc non-contrôlé, les sous-groupes présentant certaines caractéristiques recensées étaient parfois trop marginaux ou trop disparates pour effectuer une analyse légitime de comportements et perceptions à l’étude. Par exemple, un nombre disproportionné de répondants déclarent avoir atteint un niveau de scolarité correspondant à un grade universitaire (48), tandis que les autres répondants (27) sont répartis de manière inégale parmi les autres niveaux d’études possibles, au nombre de trois<sup>33</sup>, avec seulement trois répondants n’ayant pas obtenu de diplôme d’études secondaires et cinq ayant terminé leurs études secondaires. Il est donc impossible de se prononcer sur une quelconque tendance avec seulement trois ou cinq répondants dans un sous-groupe ou de comparer celui-ci avec un autre beaucoup plus large. En revanche, certains sous-groupes présentent un nombre suffisamment élevé et comparable de répondants, comme c’est le cas des répondants vivant dans une situation d’exogamie anglo-franco (16) et ceux vivant dans une situation d’endogamie francophone (18), pour pouvoir comparer les réponses vis-à-vis des comportements, comme la langue de consommation des divers types de médias. D’ailleurs, l’exogamie et l’endogamie, tant au cours de l’enfance qu’à l’heure actuelle, constituent des caractéristiques d’intérêt dans la mesure où

---

<sup>32</sup> Comme ces sous-groupes pouvaient être de taille inégale, il a fallu représenter les résultats en pourcentages plutôt qu’en valeurs, sous forme d’histogrammes empilés à 100 %.

<sup>33</sup> Études postsecondaires inférieures au baccalauréat, diplôme d’études secondaires, et niveau inférieur au diplôme d’études secondaires.

l'impact de l'exogamie sur la continuité linguistique en milieu minoritaire constitue un enjeu d'importance (Corbeil, 2005 ; Landry, 2003). La composition linguistique du milieu familial peut-elle alors avoir une incidence sur la langue de consommation des médias et, ultimement, le degré d'exposition d'un individu à la langue française?

### **3.2 Entrevues semi-dirigées**

À la suite de la première phase de l'enquête, j'ai tâché d'identifier un échantillon de six répondants au sondage ayant répondu favorablement à l'invitation à participer à des entrevues semi-dirigées, et dont les réponses au sondage faisaient état d'une perception plutôt négative des médias francophones, afin de les inciter à approfondir certaines réponses recueillies lors de l'étape du sondage. Compte tenu du fait que cette recherche est réalisée dans le cadre d'un mémoire de maîtrise, un échantillon de plus de six répondants aurait difficilement été pris en charge en raison de contraintes temporelles et de la diversité de la population fransaskoise. Par conséquent, les données recueillies ne seront certes pas représentatives de la communauté à l'étude, mais bien qualitatives. Quant aux outils de collecte, outre le formulaire de consentement à l'entrevue qui est en format numérique, un guide d'entrevue<sup>34</sup> en format papier a été utilisé. Ce guide comporte environ quatre-vingts (80) questions ouvertes et l'entrevue était d'une durée d'environ deux heures. Les questions ont été rédigées afin que les invités puissent élaborer certaines réponses recueillies lors de l'étape du sondage.

Les entrevues semi-dirigées ont été réalisées par visioconférence en utilisant la plateforme Microsoft Teams fournie par l'Université de Saint-Boniface, ce qui a rendu

---

<sup>34</sup> Annexe B (p. 231).

possible l'enregistrement de celles-ci. À partir du mois de mai 2021, les répondants ont été invités à faire part de leur disponibilité pour l'entrevue en sélectionnant l'une des plages horaires proposées. Grâce à la plateforme Doodle (doodle.com), les répondants ont reçu une confirmation sous forme d'événement calendrier virtuel auquel j'ai ajouté les informations de connexion pour la visioconférence. Lorsque l'invitation à participer à l'entrevue est restée sans réponse, j'ai relancé le répondant avant d'en sélectionner un autre parmi ceux et celles ayant manifesté leur intérêt.

Les entrevues se sont donc déroulées entre le 19 et le 26 juillet 2021. Bien que l'objectif ait été de m'entretenir avec un échantillon de six individus, il a été possible d'en joindre seulement cinq. Je considère néanmoins que cet échantillon de cinq répondants suffit, dans la mesure où les entrevues devaient permettre, au même titre que le sondage en ligne, de collecter des données qualitatives complémentaires aux recherches documentaires et statistiques, et non de refléter une quelconque représentativité de la communauté à l'étude. D'ailleurs, je suis d'avis que ces cinq entrevues, d'une durée de 90 à 120 minutes chacune, témoignent d'une diversité de perspectives et d'opinions en ce qui a trait aux médias francophones de la Saskatchewan.

Tout comme ce fut le cas avec le sondage en ligne, je me suis assuré d'obtenir le consentement de chacun des répondants par le biais de la plateforme Simple Sondage. Quant au consentement continu, les répondants ont été informés de leur droit de refuser de répondre à toute question et de mettre fin à l'entrevue à n'importe quel moment. De plus, j'ai tenu à informer les répondants du fait que l'entrevue était enregistrée, et ce, uniquement pour me permettre de reproduire avec exactitude les réponses et discours, le cas échéant. Ayant pu faire cet enregistrement grâce aux outils technologiques à ma disposition

(Microsoft Teams), je ne me suis pas attardé à la rédaction d'un verbatim. Cependant, j'ai soigneusement noté et contextualisé certaines citations des entrevues jugées d'intérêt dans le cadre conceptuel retenu. Celles-ci serviront dans l'exposition de l'analyse qui suivra.

## 4 SONDAGE EN LIGNE : ANALYSE

Le sondage se divise en trois grandes sections : données démolinguistiques, consommation et utilisation des médias, perception des médias. C'est en fonction de ces trois sections que seront exposés dans les pages qui suivent les faits saillants de cette enquête.

### 4.1 Caractéristiques démolinguistiques de l'échantillon

D'abord, comme il a été explicité précédemment, puisque l'enquête a été réalisée dans le cadre d'un mémoire de maîtrise et que la participation au sondage et aux entrevues était complètement volontaire, il ne peut être attendu que l'échantillon à l'étude soit représentatif. Conséquemment, il importe de présenter les caractéristiques de cet échantillon afin de déterminer comment il se distingue de la population fransaskoise dans son ensemble, et comment il lui ressemble sur le plan démographique.

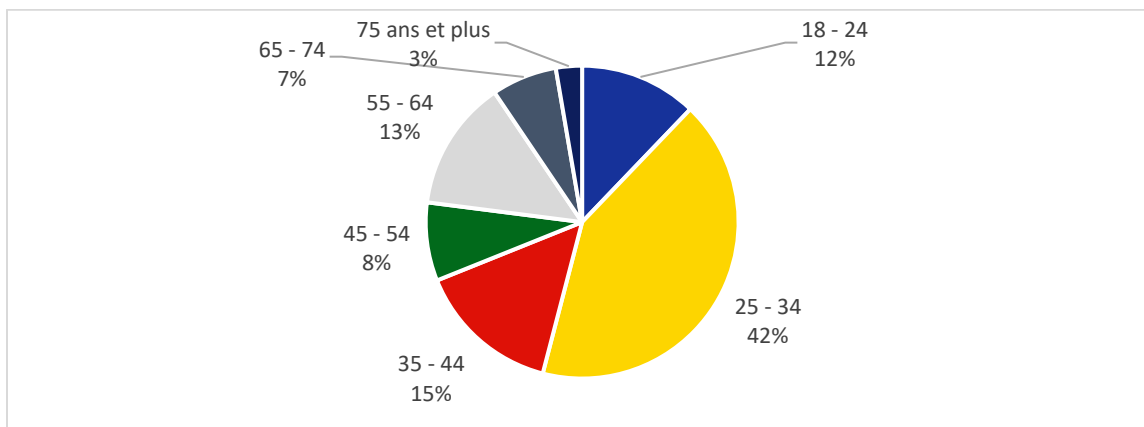
#### 4.1.1 *Âge et occupation*

En demandant aux répondants de se situer dans une tranche d'âge à partir de choix dans une liste déroulante, j'ai pu éviter de recueillir des données directement identificatoires, tout en collectant les données nécessaires à une éventuelle analyse des habitudes de consommation et d'utilisation des divers médias à l'étude en fonction de l'âge. Au moment de répondre au sondage, la plupart des répondants se situaient dans la tranche d'âge de 25 à 34 ans (42 %), tandis que le deuxième groupe d'âge le plus significatif était celui des 35 à 44 ans (15 %), suivi des 55 à 64 ans (13 %). Enfin, les 18 à 24 ans représentent 12 % de l'échantillon (Fig. 3). Ces données indiquent que mon échantillon est relativement jeune, avec 69 % des répondants âgés des moins de 45 ans. Il est cependant difficile, compte tenu de la taille et de l'homogénéité de l'échantillon, de me prononcer sur



les tendances vis-à-vis de la consommation médiatique de chacun des groupes d'âge identifiés.

Figure 3 : Âge des répondants



En revanche, ces réponses, ainsi que celles en lien avec l'occupation et les milieux professionnels, permettent de faire le constat que la majorité des répondants (86 %) font partie de la population dite active, c'est-à-dire qui est en mesure de travailler (Statistique Canada, 2008). Par ailleurs, 31 % des répondants travaillaient dans le milieu de l'éducation et 11 % étaient aux études. Ce contact soutenu avec les milieux scolaires et éducatifs n'a rien de surprenant lorsqu'on consulte les profils statistiques de la communauté fransaskoise dans son ensemble. À vrai dire, les travailleurs saskatchewanais dont la première langue parlée est le français sont nombreux à intégrer une profession dans le milieu de l'enseignement. Selon Statistique Canada, ce sont 14,4 % des travailleurs francophones qui œuvraient dans ce milieu, une proportion qui égalisait celle du milieu agricole (Bouchard-Coulombe *et al.*, 2012, p. 49). L'échantillon n'est toutefois pas représentatif de la population fransaskoise dans son ensemble, dans la mesure où aucun répondant ne disait travailler dans le milieu agricole, tandis que ceux qui œuvraient dans le milieu de l'éducation représentaient plus du double de ce qui a été recensé officiellement par le

gouvernement. Quant aux autres milieux professionnels recensés, ceux-ci varient considérablement, et il n'est pas pertinent de les énumérer ici. Ce qu'il convient de retenir de ces résultats, c'est le contact que peuvent entretenir, à des degrés variés, les répondants avec les milieux scolaires et académiques, dans la mesure où, comme il sera démontré plus loin, ce contact est un facteur important dans l'accès au champ médiatique francophone.

Quant aux langues d'usage au travail, les répondants sont plutôt nombreux à avoir l'anglais et le français comme langues principales d'usage au travail (63 %). Ce n'est que 9 % de l'échantillon qui utilisent principalement le français comme langue de travail, tandis que cette proportion monte à 27 % pour les individus ayant l'anglais comme langue d'usage principale dans leur milieu professionnel. Toutefois, les répondants qui disent travailler sur un ordinateur paramétré en français (62 %) sont majoritaires, les autres ayant principalement répondu avoir recours à un ordinateur paramétré en anglais (27 %), ce qui correspond aux proportions observées à l'égard des langues d'usage en contexte professionnel. La langue ou les langues d'usage au travail semblent alors dicter la langue de paramétrage de l'ordinateur. De plus, les Fransaskois qui disent utiliser les deux langues officielles au travail optent pour une configuration de leurs outils technologiques en français plutôt qu'en anglais. Une partie importante de l'échantillon s'expose donc régulièrement, voire quotidiennement, aux technologies de l'information et des communications en français.

#### **4.1.2 Langues**

Au stade de la conception du sondage, je me suis interrogé sur les choix langagiers à privilégier pour favoriser la participation du plus grand nombre de répondants

s'identifiant de près ou de loin à la Fransaskoisie. Il a été mentionné précédemment que la définition inclusive de ce qu'est un Fransaskois ou une Fransaskoise a été retenue pour identifier la population ciblée par l'enquête. Par conséquent, « le critère de la langue maternelle » utilisé par Statistique Canada (Bouchard-Coulombe *et al.*, 2012, p. 8), me semblait plutôt restrictif à l'égard de la langue privilégiée par les répondants. Par exemple, selon Statistique Canada, la langue maternelle d'un individu se définit comme étant « la première langue apprise à la maison dans l'enfance et encore comprise par la personne au moment où les données sont recueillies » (Statistique Canada, 2021). Or, ce ne sont pas tous les Fransaskois qui ont encore une compréhension du français, malgré le fait qu'ils l'auraient appris dans leur jeunesse (Von Staden et Sterzuk, 2017). D'ailleurs, la notion de langue maternelle peut également être utilisée en référence aux « enfants qui ne parlent pas le français, mais dont au moins l'un des parents est un locuteur maternel » (Bouchard-Coulombe *et al.*, 2012, p. 8).

Par ailleurs, compte tenu de la définition inclusive de ce qu'est un Fransaskois, il est probable que certains individus s'identifient comme tels n'aient qu'une connaissance passive du français ou l'aient appris plus tard dans leur vie et le privilégient désormais comme langue d'expression principale (première). Par exemple, dans l'enquête menée par Von Staden et Sterzuk (2017), il est question de femmes nées en milieu francophone, mais pour qui le contact avec la langue française est devenu marginal, voire inexistant, dans le contexte majoritairement anglophone, menant à une perte considérable sur les plans de l'expression et de la compréhension en français et les incitant à privilégier l'anglais comme principale langue d'usage. Il est là question d'une assimilation vers l'anglais, mais comme on peut s'identifier à la Fransaskoisie par « le mariage ou l'adoption » (Commission sur

l'inclusion de la communauté fransaskoise, 2006, p. 17), il me paraissait approprié de rester ouvert à la possibilité que certains répondants s'identifient comme Fransaskois par une intégration tardive à la communauté. C'est notamment le cas de certains parents de foyers exogames de langue maternelle anglaise qui auraient adopté le français comme autre langue d'usage depuis que leurs enfants fréquentent les écoles fransaskoises. De plus, il peut y avoir des individus qui, par un contact privilégié avec des communautés francophones, se découvrent une affection particulière pour la langue française et la francophonie, et choisissent d'adopter le français comme langue principale d'usage dans plusieurs, sinon dans l'ensemble, des domaines de leur vie quotidienne, malgré le fait que celui-ci ne corresponde pas à leur langue maternelle.

C'est pour cette raison que le terme « première(s) langue(s) parlée(s) » a été retenu lorsqu'il était question des caractéristiques des répondants, permettant une plus grande flexibilité d'interprétation qu'avec l'appellation « langue maternelle » au sens strict. Aussi, l'utilisation du pluriel facultatif laissait entendre aux répondants qu'il était possible pour eux de répondre avoir plus d'une première langue parlée. Les répondants ont d'ailleurs été invités à saisir la ou les langues dont il est question en rédigeant leur réponse, plutôt qu'en faisant une sélection parmi un choix de réponses.

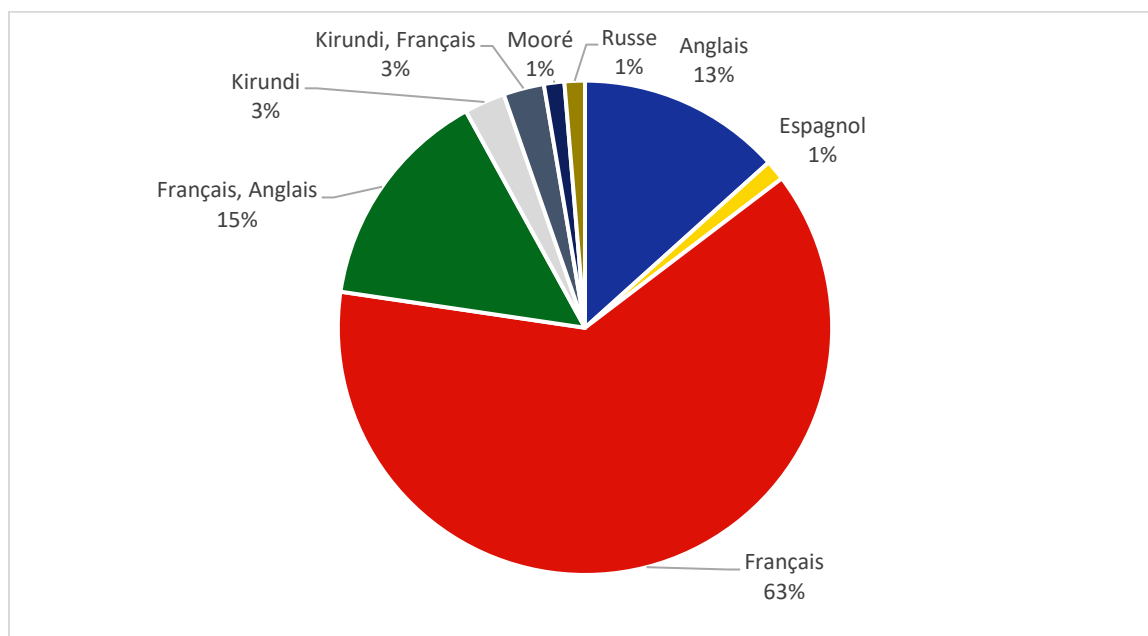
En effet, 15 % des répondants affirment avoir le français et l'anglais comme premières langues parlées, en plus de 3 % qui disent avoir le kirundi<sup>35</sup> et le français comme premières langues parlées. 63 % des répondants ont le français seul comme première langue parlée, tandis que 13 % ont identifié cette langue comme étant l'anglais. Au sein de

---

<sup>35</sup> Le kirundi est une langue bantoue parlée au Burundi, pays d'Afrique de l'Est, par 97% de la population pour qui elle est également la langue maternelle, ce qui « constitue un cas d'unilinguisme rare en Afrique (Leclerc, 2021).

l'échantillon, les locuteurs de kirundi représentent, si on tient compte de ceux ayant répondu kirundi et français, pas moins de 6 % des répondants (Fig. 4).

Figure 4 : Première(s) langue(s) parlée(s)



Quant à la connaissance d'autres langues, les Fransaskois sondés semblent être plutôt plurilingues. Environ 24 % des répondants affirment parler au moins trois langues. Il n'est toutefois pas étonnant, étant donné le contexte minoritaire, de constater la connaissance répandue de l'anglais qui est parlé par la quasi-totalité des répondants. En comptant ceux et celles disant avoir l'anglais comme au moins une des premières langues parlées (21), ainsi que ceux et celles dont l'anglais est au moins une des autres langues parlées (52), ce sont 97,3 % des répondants qui parlent cette langue. Encore une fois, j'ai jugé bon de laisser la question ouverte pour permettre des réponses multiples. Ce pourcentage correspond d'ailleurs à ce qui a été recensé concernant la connaissance des langues officielles selon la langue maternelle, et où il est question d'une connaissance de

l'anglais qui s'établit à 97,5 % chez les personnes de langue maternelle française (Bouchard-Coulombe *et al.*, 2012, p. 31).

#### **4.1.3 Origines et migrations**

La Fransaskoisie évolue sur le plan démographique en raison d'une immigration récente, dont la majorité provient de l'Afrique francophone. Compte tenu des multiples formes de migrations qui contribuent au maintien de la population fransaskoise, il a été jugé d'intérêt de sonder les répondants sur leurs lieux de naissance.

Les résultats indiquent que 14 % des répondants sont issus de l'immigration internationale. Les personnes d'origine franco-africaine y sont représentées avec 6 % des répondants nés au Burundi et 1 % en Côte-d'Ivoire. Quant aux répondants d'origine européenne, 6 % sont d'origine française, tandis que 1 % sont d'origine lettonne. La proportion de répondants issus de l'immigration internationale est plutôt élevée comparativement à ce qui a été recensé en 2011 par rapport au pourcentage d'immigrants de langue française au sein de la population francophone qui s'établissait à 4,6 % et représentait 685 individus (Bouchard-Coulombe *et al.*, 2012, p. 35). Outre les Fransaskois d'origine internationale, ceux d'origine québécoise sont également fortement représentés dans l'échantillon, 24 % des répondants y étant nés. Dix répondants, soit 13% de l'échantillon, sont nés au Canada, mais dans une province autre que le Québec ou la Saskatchewan, dont deux en Alberta (3%), trois au Manitoba (4%), quatre au Nouveau-Brunswick (5%) et un dernier qui dit être né au Canada, sans préciser la province (1%). En tout, ce sont 51 % des répondants qui sont nés à l'extérieur de la Saskatchewan. Ce sont donc 49% des répondants qui sont saskatchewanais de naissance.

En plus des lieux de naissance des répondants, j'ai voulu connaître les mouvements migratoires de l'ensemble des participants afin de voir notamment s'il y a correspondance entre une consommation médiatique de langue française plus élevée et le fait d'avoir vécu dans un milieu où le français bénéficie d'un statut privilégié, à un moment ou un autre de leur vie. En d'autres termes, est-ce qu'un individu ayant évolué au sein d'un milieu où le français est la langue de communication privilégiée dans une diversité de contextes (culturels, économiques, politiques, sociaux) développe une meilleure estime des médias francophones et est-il porté à en faire une plus grande consommation ? J'ai alors décidé de trier les réponses à cette question ouverte afin d'identifier les répondants ayant vécu ou non dans ce qu'il convient d'appeler un État francophone. Pour ce faire, j'ai retenu comme définition d'un État francophone, un État où le français est la langue *de facto* ou *de jure*<sup>36</sup> en me basant sur les données recensées par Leclerc (2016). Certes, avec cette définition, des ambiguïtés peuvent persister. Quelqu'un ayant vécu au Nouveau-Brunswick n'a pas forcément résidé dans une région à forte présence francophone, tout comme une personne ayant vécu en Belgique peut avoir résidé dans une région néerlandophone. J'estime néanmoins que cette méthode de triage permet, à quelques exceptions près, de créer des sous-groupes de taille équivalente, où, dans la majorité des cas, les individus qui les composent auront résidé dans le type de milieu désigné, permettant ainsi de procéder à une vérification quantitative de l'incidence que ce type de cheminement peut avoir sur la consommation médiatique des individus.

---

<sup>36</sup> Bien que le Canada soit un pays où le français est une langue officielle *de jure*, pour des fins d'analyse, je tiens compte du statut du français à l'échelle des provinces pour déterminer quels répondants sont nés ou ont vécu dans un État francophone.

Ainsi, j'ai pu déterminer que 41,3 % des répondants ont vécu dans un État francophone. La plupart de ces répondants ont compté le Québec parmi les endroits où ils avaient vécu (80,6 %). On compte trois répondants issus de la diaspora burundaise qui ont vécu en Belgique, ce qui s'explique par les liens historiques entre ce pays et le Burundi. D'autre part, le Nouveau-Brunswick est bien représenté avec près de 14 % des répondants qui y ont vécu.

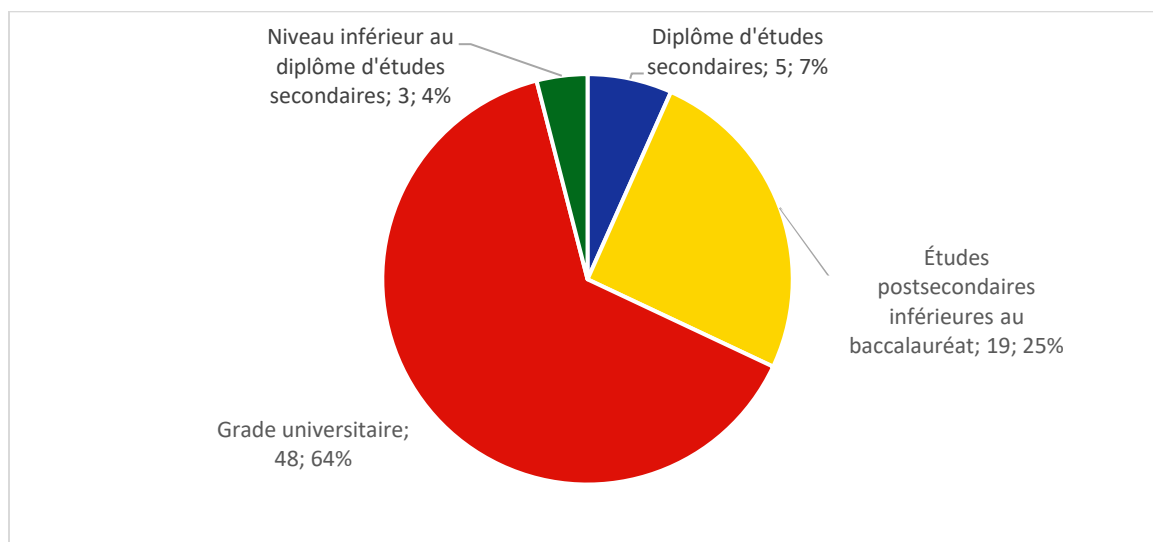
Au moment de répondre au sondage, 66 répondants, soit 88% de l'échantillon, vivaient en Saskatchewan. La plupart vivent en milieu urbain : 33 à Regina et 22 à Saskatoon. Les foyers dits traditionnels de la Fransaskoisie y sont représentés également avec quatre répondants de Zénon Park et deux de Gravelbourg. L'échantillon se rapproche en ce sens de la représentativité de la population fransaskoise, puisqu'il témoigne d'une tendance à l'urbanisation : la population fransaskoise se concentre davantage dans les milieux urbains de la province, en l'occurrence Saskatoon et Regina, tandis qu'une faible proportion continue d'habiter ce qu'il convient d'appeler les foyers traditionnels de la francophonie, soit les communautés rurales à forte présence francophone. Le nombre de Fransaskois sondés qui vivent à l'extérieur de la province est plutôt faible. Au moment de répondre au sondage, trois personnes vivaient à Ottawa, deux au Québec, trois autres dans les autres provinces de l'Ouest et un en Europe. Encore une fois, ce n'était pas l'intention de limiter les répondants par rapport aux lieux de résidence, car, selon la définition de l'ACF, une personne s'identifiant comme fransaskoise n'est pas forcément un individu qui habite en Saskatchewan.



#### 4.1.4 Éducation

La grande majorité des répondants (71 %) affirme avoir suivi un programme d’instruction au primaire de français langue première. 12 répondants, soit 16 % des personnes sondées, ont répondu « Autre » pour désigner le programme d’instruction au primaire, et 4 de ces personnes ont précisé que le programme d’instruction était « Anglais ». Ce ne sont que 10 % des répondants qui ont eu un parcours scolaire au niveau primaire en immersion française. Il convient de noter que ces chiffres demeurent stables au palier secondaire. Par ailleurs, la grande majorité des répondants ont une éducation de niveau universitaire (Fig. 5). Comme il est illustré dans le graphique ci-dessous, 48 répondants détiennent un grade universitaire, ce qui représente 64 % de l’échantillon total, et 19 individus étudient ou ont étudié au niveau postsecondaire et ont obtenu un grade inférieur au baccalauréat.

Figure 5 : Niveau de scolarité



Quant au niveau d’instruction, et son rapport avec les médias, il importe de considérer ce que Simon Laflamme (2001) dit à ce sujet. Selon ce dernier, ce sont

d'avantage les francophones en milieu minoritaire ayant atteint un niveau d'études supérieur qui revendiqueraient leur francité et démontreraient un plus grand engagement envers le développement de leurs communautés que ceux dont la feuille de route est moins longue, ces derniers étant « tournés vers l'anglais » (Laflamme, 2001, p. 108). Laflamme attribue cette situation à un « contexte médiatique [qui] donne immédiatement à voir une culture anglo-saxonne qui favorise l'anglicité » et éclipse la francité. Celle-ci se trouve alors en marge du champ médiatique, et on y accède presque exclusivement « par la médiation de l'éducation » (p. 108). Or, dans le cadre de l'enquête, il est difficile de vérifier ce qu'avance Laflamme, car la majorité des répondants a atteint un niveau d'éducation supérieur, d'autant plus que cette majorité a également reçu une instruction primaire et secondaire de langue française. L'exigüité du sous-groupe n'ayant pas atteint un niveau d'éducation postsecondaire ne permet donc pas de faire une comparaison légitime. Néanmoins, la surreprésentativité de ces personnes pourrait refléter leur engagement plus grand envers la Fransaskoisie et les questions qui la touchent, comme cette enquête. Le fait qu'ils aient participé au sondage indique justement qu'ils se sentent concernés par la question de la diffusion et de la représentativité des médias francophones en Saskatchewan.

#### ***4.1.5 Situation familiale pendant l'enfance***

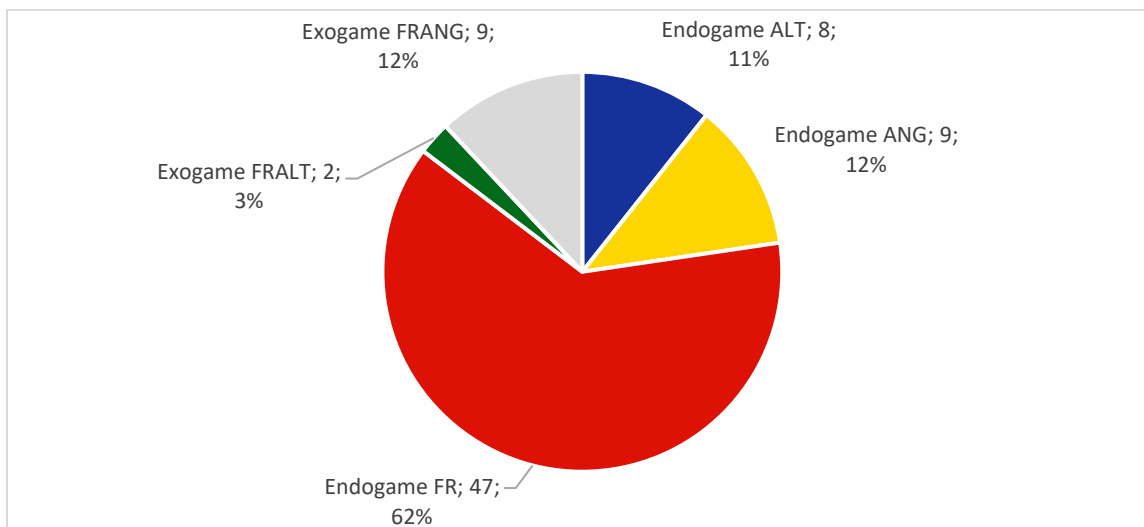
Quelles caractéristiques du milieu familial pourraient influencer les comportements d'utilisation et de consommation médiatiques des répondants ? Pour tenter d'y répondre, j'ai jugé d'intérêt de connaître d'abord la situation familiale des répondants à l'âge où ces derniers vivaient encore au foyer parental. Il a donc été question de connaître la langue maternelle des parents de chacun, et, à partir de ces données, déterminer le taux d'exogamie.

Il est à noter que le choix terminologique dans les questions sur les caractéristiques démolinguistiques des parents diverge quelque peu de celui utilisé pour sonder les répondants. En effet, dans le cas de ces derniers, j'ai choisi de privilégier le terme « première langue parlée » plutôt que « langue maternelle », compte tenu de la définition inclusive de ce qu'est un Fransaskois ou une Fransaskoise, ainsi que l'ambiguïté que cela peut représenter. Pour certains membres de la communauté fransaskoise, le terme « langue maternelle » peut avoir un poids identitaire important associé à la langue des parents qui, dans certains cas, peuvent être locuteurs d'une autre langue que celle apprise et privilégiée par leur progéniture. Or, le terme « langue maternelle » a été retenu pour les questions en lien avec la langue des parents des répondants. À des fins de recensement, Statistique Canada privilégie la désignation de « maternelle » lorsqu'il est question de la langue des individus (Statistique Canada, 2022a). N'attendant pas de nos répondants de répondre pour leurs parents sur le plan identitaire, il a été jugé approprié de s'accorder avec le langage du recensement afin que le répondant n'ait pas à se prononcer quant au rapport identitaire que peuvent entretenir leurs parents sur le plan linguistique.

La plupart des répondants (62 %) affirment provenir de milieux familiaux endogames francophones (Endogame FR), c'est-à-dire un milieu où les deux parents ont le français comme langue maternelle (Fig. 6). Seuls 12 % des répondants disent provenir de milieux familiaux exogames anglais-français (Exogame FRANG), ce qui est à égalité avec le nombre de répondants issus de milieux endogames anglais (Endogame ANG). 11% sont issus de familles endogames dont les parents ont comme langue maternelle une autre langue que le français ou l'anglais (Endogame ALT). Enfin, 3% des répondants affirment

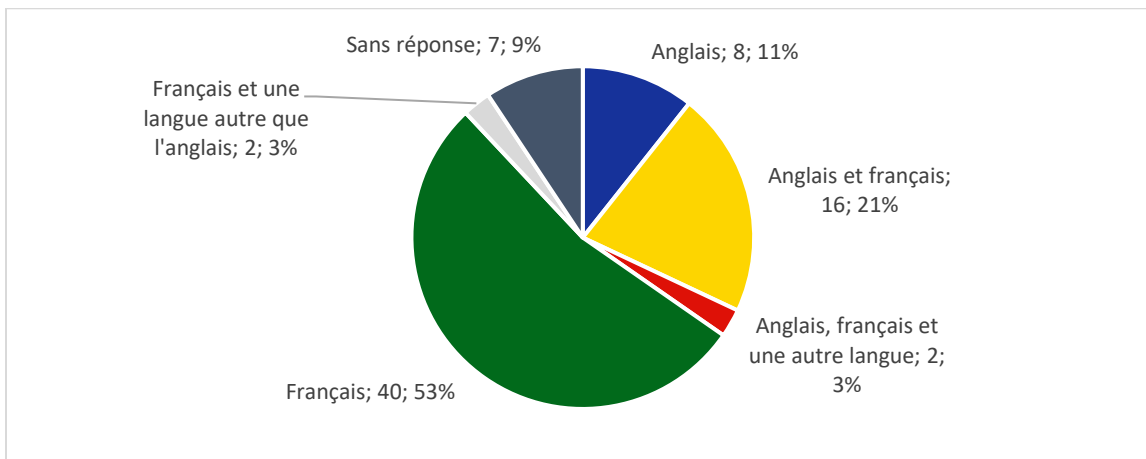
être issus d'un milieu exogame où les langues maternelles sont le français et une autre langue que l'anglais (Exogame FRALT).

Figure 6 : Composition linguistique du milieu familial au moment où les répondants résidaient au foyer parental



L'échantillon se distingue de la population fransaskoise globale dont l'utilisation du français à la maison est plutôt faible. À vrai dire, pas moins de 53 % des répondants disent avoir le français comme unique langue d'usage au foyer parental. Par ailleurs, ce sont 21 % des répondants qui disaient avoir l'anglais et le français comme langues d'usage (Fig. 7). Cependant, comme les données historiques le montrent, le foyer familial n'est pas un espace à l'épreuve des influences externes. Les activités quotidiennes menées au sein de la communauté majoritaire d'expression anglaise (surtout dans les milieux urbains), les recompositions familiales et les liens sociaux entretenus avec des individus et des collectivités non francophones sont certainement des facteurs qui expliquent l'utilisation de l'anglais au sein des familles francophones en situation minoritaire.

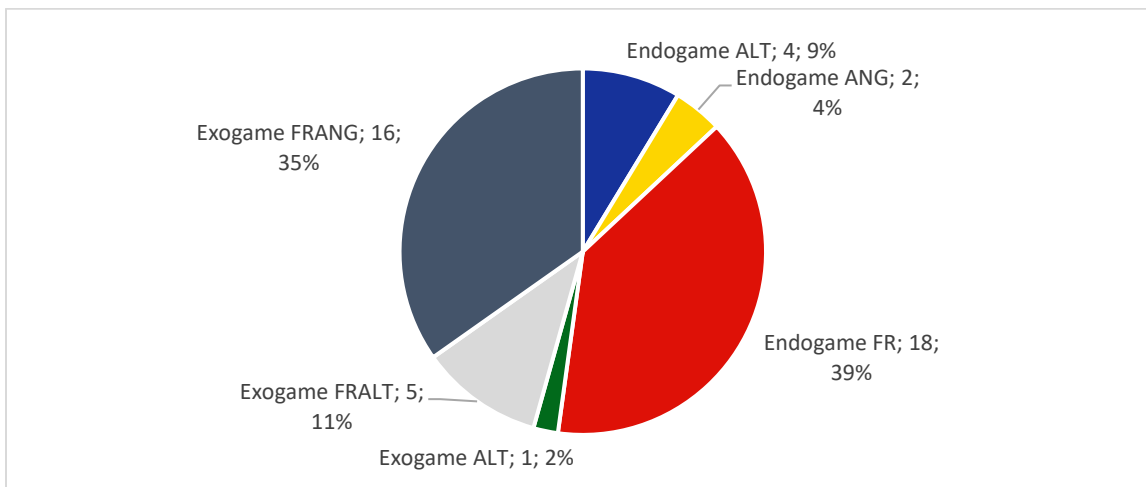
Figure 7 : Langue d'usage au foyer parental



#### 4.1.6 Situation familiale actuelle

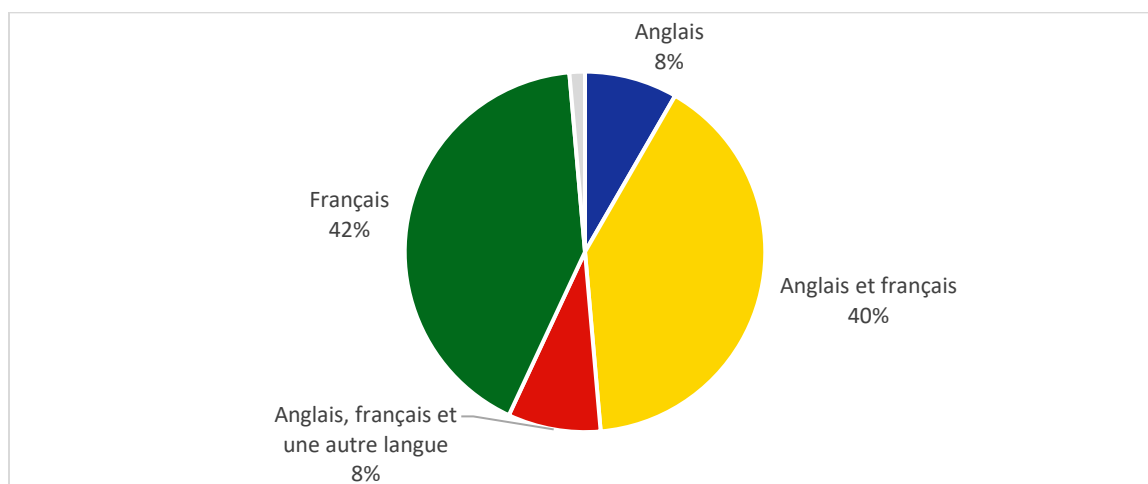
Quant à la situation familiale actuelle des répondants (Fig. 8), c'est-à-dire au moment du sondage, l'exogamie anglo-franco est plus répandue qu'à l'époque où ils vivaient au foyer parental. 39 % des répondants qui vivent en couple (61 % des 75 répondants) affirmaient avoir un conjoint ou une conjointe dont la langue maternelle est le français. Le pourcentage de répondants dont le conjoint ou la conjointe est de langue maternelle anglaise s'élève à 35 %.

Figure 8 : Composition linguistique du milieu familial actuel



Les langues d'usage à la maison (Fig. 9) sont d'ailleurs le reflet de cette répartition endogame et exogame<sup>37</sup>. À vrai dire, le nombre de foyers où le français est la langue d'usage unique ou principale à la maison équivaut à celui des foyers endogames francophones, à quelques points près. Lorsqu'on regarde ces données de façon critique, il faut reconnaître que la langue d'usage à la maison n'est pas forcément celle d'usage au quotidien. Certains individus peuvent, dépendamment de divers facteurs sociaux, professionnels ou autres, avoir recours régulièrement à une langue autre que celle privilégiée pour la communication avec la famille immédiate.

Figure 9 : Langue d'usage à la maison



## 4.2 Consommation et utilisation des médias

En entreprenant cette recherche, j'avais surtout l'intention de vérifier ma présomption selon laquelle les francophones en milieu minoritaire consommeraient peu de médias de langue française et ainsi comprendre quels facteurs pouvaient contribuer à une plus faible ou plus forte consommation de ceux-ci. Est-ce que l'accessibilité selon les formats de

<sup>37</sup> Ces données sont représentatives de l'ensemble des répondants, et non seulement ceux et celles qui affirmaient avoir un conjoint ou une conjointe. 72 répondants ont répondu à cette question et 3 se sont abstenus.

publication ou de diffusion peut influencer le degré auquel certains médias sont consommés dans une langue ou dans l'autre ? Est-ce que l'environnement influence le choix de langue de consommation ? Ou bien est-ce le contexte d'éducation qui constitue une variable à cet égard ?

#### **4.2.1 Médias écrits**

La première section du sondage concernant la consommation et l'utilisation des médias était en lien avec les médias écrits<sup>38</sup>. À priori, l'analyse suit la structure des questions du sondage, en commençant par le taux d'abonnement ou de lecture des journaux ou des revues selon la langue de publication, suivie des proportions de lecture en français ou en anglais en fonction des formats privilégiés, qu'ils soient numériques ou imprimés. Il a également été question du degré de familiarité avec la blogosphère, les répondants ayant été invités à répondre sur leur lecture de blogues. Enfin, j'évalue les taux de lecture en français ou en anglais en fonction de divers facteurs démolinguistiques qui pourraient influencer les comportements des répondants à cet égard.

##### **4.2.1.1 Langue de lecture des contenus journalistiques**

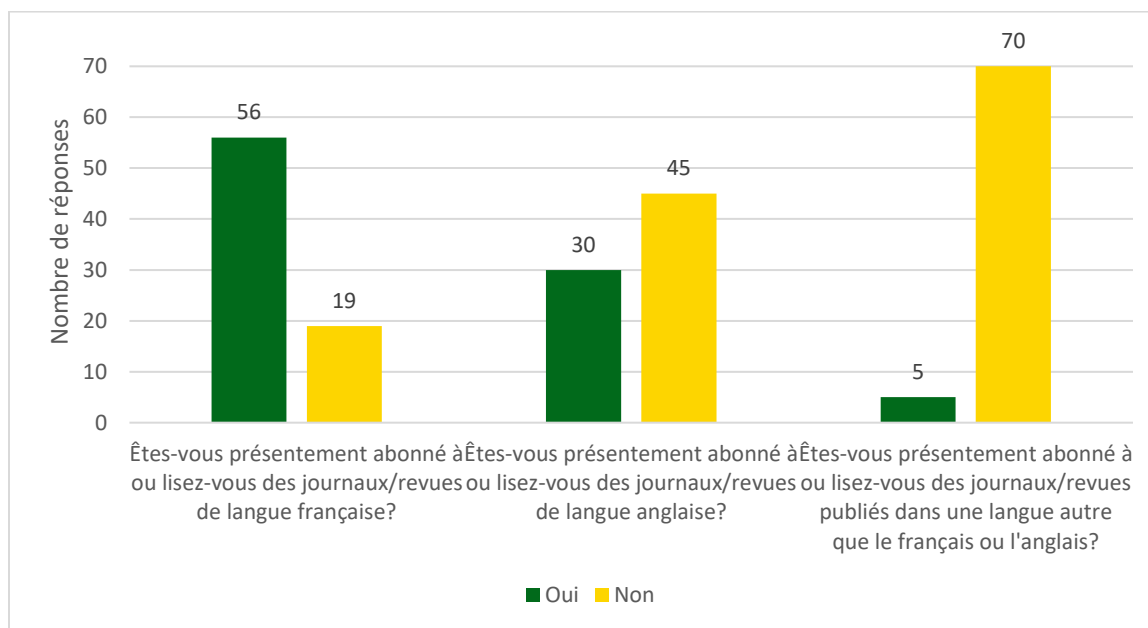
Sans préciser le titre des publications, les répondants ont dû répondre à la question suivante : « Êtes-vous présentement abonné à ou lisez-vous des journaux/revues de langue française? » (Fig. 10). Ce à quoi 56 personnes (75 %) ont répondu par l'affirmative, tandis que 19 (25 %) ont répondu négativement. La même question a été posée pour connaître le

---

<sup>38</sup> Comme il a été dit précédemment, lors de l'élaboration des outils de collecte et pendant le déroulement de l'enquête, le terme « Presse écrite » avait été privilégié. Cependant, dans le cadre de la recherche historiographique et documentaire, il a été jugé approprié d'employer le terme « Médias écrits » pour désigner les médias qui se lisent, « Presse écrite » étant trop fortement associé à un média journalistique, tandis que l'enquête visait à connaître les habitudes de consommation de tous types de produits écrits confondus.

nombre de répondants lecteurs de journaux ou de revues anglophones. 60 % des répondants disaient ne pas lire ou avoir d'abonnement à des journaux ou à des revues de langue anglaise. De plus, compte tenu des données démographiques qui suggèrent que l'échantillon est polyglotte, j'ai trouvé bon de poser la question une troisième fois pour savoir si les répondants lisaient des journaux ou des revues publiés dans d'autres langues que l'anglais et le français. Les langues de lecture tierces recensées sont l'espagnol, le russe et le kirundi. Or, étant donné le nombre plutôt restreint de répondants disant souscrire à une telle consommation, ainsi que le contexte sociodémographique, où règne une diglossie opposant le français à l'anglais, caractéristique de la Fransaskoisie, ces données ne s'avèrent pas particulièrement pertinentes dans le cadre de l'analyse.

Figure 10 : Taux de consommation des journaux/revues selon la langue



Il est à noter que les répondants qui ont dit lire des publications anglophones souscrivent dans une proportion presque égale à une consommation de publications francophones. 28 des 30 personnes ayant affirmé être abonnées à ou lire des journaux ou



des revues de langue anglaise ont répondu par l’affirmative à la même question concernant les publications de langue française. Inversement, ceux qui disaient ne pas lire des journaux anglophones étaient proportionnellement plus nombreux à lire en français. 28 des 45 répondants qui ne disaient pas lire de journaux ou de revues de langue anglaise ont affirmé s’abonner à ou lire ceux de langue française.

Ces résultats suggèrent que le phénomène d’alternance linguistique anglais-français dont parlait Simon Laflamme (2001), et non l’assimilation à l’anglais, est bien ancré dans les comportements du lectorat fransaskois de journaux et revues (Laflamme, 2001). Bien qu’ils soient plus nombreux à lire en français, les Fransaskois ne semblent pas bouder outre mesure les publications de langue anglaise. De plus, dans la mesure où il y a consommation de celles-ci, on observe qu’il y a aussi, dans une proportion somme toute équitable, une consommation de publications francophones.

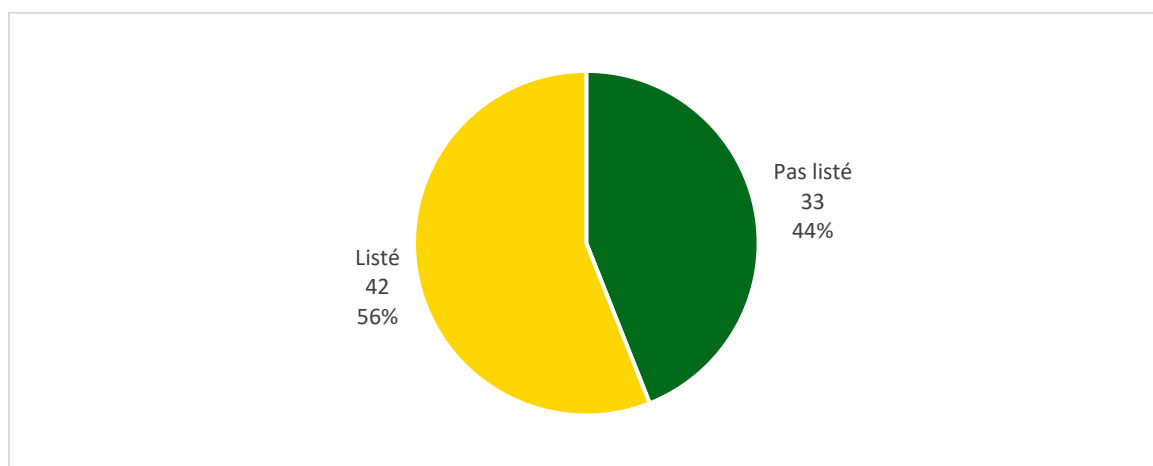
D’ailleurs, le français est la langue de lecture privilégiée par la plupart des répondants. Parmi ceux qui disent être abonnés à ou lire des journaux et des revues de langue française, la moitié affirme ne pas souscrire à la lecture de ce même type de publication en anglais. Enfin, si 19 répondants affirment ne pas souscrire à une consommation francophone, ce n’est pas forcément parce qu’ils ont une préférence pour les publications anglophones. Une majorité de ceux-ci (17) ont également répondu par la négative concernant les journaux et revues de langue anglaise.

#### **4.2.1.2 Titres recensés**

Les répondants ont été invités par la suite à préciser lesquels des revues ou journaux figuraient parmi leurs choix d’abonnement ou de lecture. Comme il s’agit du seul journal francophone publié en Saskatchewan, il convenait de déterminer, à partir des réponses, si

les répondants lisaient l'*Eau vive*. Ainsi, quarante-deux répondants, soit 56 % du nombre total, affirment avoir un abonnement à l'*Eau vive* ou le lire, contrairement à trente-trois (44 %) pour qui l'*Eau vive* ne figure pas dans l'énumération des publications (Fig. 11). J'ai choisi de ne pas poser la question directement en nommant le titre du journal, afin de permettre aux répondants de nommer leurs choix de lecture spontanément. Ceux qui n'ont pas répondu « l'*Eau vive* » lorsqu'invités à préciser quelles revues et quels journaux ils lisaient, sont comptabilisés comme ayant répondu hypothétiquement « non ».

Figure 11 : Taux de mention d'abonnement et de lecture de l'*Eau vive*



J'ai classé les titres des autres journaux et revues recensés en fonction de l'échelle à laquelle ceux-ci sont diffusés, soit au niveau régional, national (canadien), ou international. Outre l'*Eau vive*, quatre autres publications régionales à l'intention d'un lectorat franco-minoritaire ont été nommées : la revue littéraire fransaskoise *À ciel ouvert*, ainsi que les journaux *L'Aquilon* (Territoires du Nord-Ouest), *Le Droit* (Ontario), *Le Franco* (Alberta) et *La Liberté* (Manitoba). À l'exception du journal *Le Droit* qui lui, est un quotidien, et la revue *À ciel ouvert*, publiée deux fois par année, ces publications sont

des hebdomadaires. Les autres titres recensés sont des publications québécoises : *Québec Loisirs*, un catalogue trimestriel, et *Le Journal de Montréal*, un quotidien.

*Le Droit* se trouve dans une position particulière étant donné qu'il dessert à la fois le Québec et l'Ontario, s'adressant à un lectorat des deux provinces voisines. La présence du journal dans la région de la Capitale nationale canadienne où il y a proximité avec les institutions gouvernementales fédérales pourrait suggérer que les reportages sont susceptibles d'intéresser un lectorat pancanadien. Or, historiquement, le journal a toujours été celui des Franco-Ontariens de l'est de la province. Selon son site Internet, « depuis 1913, *Le Droit* est le seul quotidien francophone à offrir du contenu destiné à la communauté franco-ontarienne d'Ottawa et de l'Est ontarien » (*Le Droit*, s. d.), ce qui permet de le classer dans la presse régionale. Il n'est toutefois par surprenant que le journal trouve un lectorat auprès des minorités francophones ailleurs au pays, étant donné sa capacité de commenter les enjeux linguistiques débattus sur le plan politique au niveau fédéral.

Quant à la presse écrite nationale, c'est-à-dire celle qui a un territoire de diffusion à l'échelle canadienne et qui publie des contenus d'une portée nationale, *ICI Radio-Canada*<sup>39</sup> connaît la plus grande popularité chez les répondants. Le réseau public a été nommé à trois reprises « Ici saskatchewan [sic] », « Radio-Canada en ligne » et « Radio Canada ». Bien qu'il s'agisse d'une entreprise de presse publique, et donc nationale, les utilisateurs du site Internet d'*ICI Radio-Canada* ont l'option d'adapter les contenus

---

<sup>39</sup> Dans la mesure où cette section du sondage concerne les médias écrits, dont la presse écrite, il est entendu qu'on fait ici référence au service d'information de Radio-Canada dont le site web publie des contenus rédactionnels. Il n'est donc pas ici question de la télévision ni de la radio offertes par la Société Radio-Canada/CBC.

d'actualité selon leurs préférences régionales. Outre *ICI Radio-Canada*, une seule autre source d'actualité numérique d'envergure nationale a été nommée : *Huffpost.ca*, qui a cessé ses activités en 2021.

Contrairement à mes attentes, la presse imprimée francophone à caractère national dont les opérations sont situées au Québec connaît une certaine popularité chez les répondants. Les grands quotidiens, comme *Le Devoir* ou *La Presse*, figurent dans les réponses à trois reprises, tout comme *L'Actualité*, magazine mensuel d'actualité qui offre également des contenus de dernière heure sur ses plateformes numériques. À vrai dire, le classement de ces publications ne s'est pas fait sans difficulté. Celles-ci se trouvaient dans une position ambiguë étant donné qu'elles ont leurs quartiers généraux au Québec. L'importance démographique des Québécois au sein du lectorat francophone canadien est non négligeable. Elle influence certainement les lignes éditoriales et la concentration du journalisme francophone au Québec. Néanmoins, le territoire de diffusion et les reportages à portée nationale de ces publications font en sorte qu'on peut difficilement les classer comme étant une presse régionale. *Le Devoir* publie d'ailleurs à l'occasion des contenus provenant du milieu franco-minoritaire.

Les autres types de média (radio et télévision surtout) d'envergure nationale étant largement critiqués pour leurs contenus jugés trop centrés sur l'actualité et la culture québécoises (Pedneault, 2015), il était attendu que les Fransaskois boudent les publications issues de cette province. Un répondant a partagé sa perception du phénomène dans un commentaire à la fin du sondage : « Mes parents ne regardent pas la télé en français, car Radio-Canada télé est entièrement québécoise. Mes parents se plaignent de ne jamais voir

ou entendre des franco-canadiens à la télé et très rarement à la radio nationale »<sup>40</sup>. En revanche, les données démolinguistiques exposées précédemment témoignent des liens qu'entretiennent, à des degrés variables, un nombre considérable de répondants avec le Québec, soit par le fait d'y être né, d'y avoir vécu ou par des liens familiaux. De plus, il importe de reconnaître que les publications d'origine québécoise constituent les plus grandes entreprises de presse francophone au Canada. Il n'est donc pas surprenant de constater que plusieurs répondants en lisent.

Enfin, les titres internationaux recensés sont tous de provenance française. La plupart sont des quotidiens dotés de plateformes numériques accessibles depuis le Canada. Certains s'adressent d'ailleurs à un public francophone à travers le monde avec des contenus et des reportages d'intérêt international et non circonscrit à une région précise. Le territoire de diffusion de plusieurs de ces quotidiens est assez large. Par exemple, *Le Monde* est repérable en version imprimée à des points de vente spécialisés à travers le monde. Tout comme c'est le cas avec le Québec, plusieurs répondants entretiennent des liens à des degrés variables avec l'Europe et l'Afrique francophones. 6 % de répondants sont nés au Burundi, et un autre 6 % en France. Parmi les répondants ayant vécu dans un État francophone, 25 % ont répondu avoir vécu en France (12 %) et en Belgique (13 %), tandis que 6 % ont répondu avoir vécu en Afrique (République démocratique du Congo et Burkina Faso). L'intérêt pour la presse francophone internationale est donc prévisible dans la mesure où plusieurs répondants ont un rapport avec les pays de provenance de celle-ci.

---

<sup>40</sup> Les citations sont reproduites sans correction.

Il peut également s'expliquer par la portée de ces entreprises de presse à l'échelle mondiale qui suscitent l'intérêt de friands d'actualité de toutes origines et vécus confondus.

Là où les données sur les titres anglophones recensés divergent, c'est sur le plan de la fréquence à laquelle ils sont publiés. En effet, simplement du côté de la presse régionale, l'ensemble des titres désignés par les répondants sont des publications quotidiennes. Or, la publication quotidienne était plutôt l'exception et non la règle dans les titres francophones recensés avec seulement deux sur six publiés sur une base quotidienne. Évidemment, le pouvoir démographique de la population anglophone est en cause. 98,2 % de population saskatchewanaise a l'anglais comme PLOP (Statistique Canada, 2022b), faisant en sorte que la capacité de produire et de commercialiser des médias de langue anglaise est assurément plus grande que celle des Fransaskois.

Quant à la presse canadienne, j'ai recensé évidemment le pendant anglophone d'ICI Radio-Canada, la CBC, nommée à deux reprises<sup>41</sup>. *The Globe and Mail* a été recensé deux fois parmi les réponses également. Tous les autres titres recensés n'ont été nommés qu'une seule fois. D'ailleurs, le *National Post*, *The Globe and Mail*, *MacLean's*, et *Canadian Living* se démarquent des autres publications du fait qu'ils sont disponibles en format imprimé, les six autres sources d'actualités étant accessibles en format numérique uniquement. Il est à noter que j'ai choisi de classer *Global Sa[saskatchewan]* au niveau national. Tout comme *ICI Radio-Canada* et *CBC*, *Globalnews.ca* est une entreprise médiatique qui opère et développe des contenus sur l'ensemble du territoire canadien. Les utilisateurs du site Internet ont toutefois l'option d'adapter les contenus d'actualités selon

---

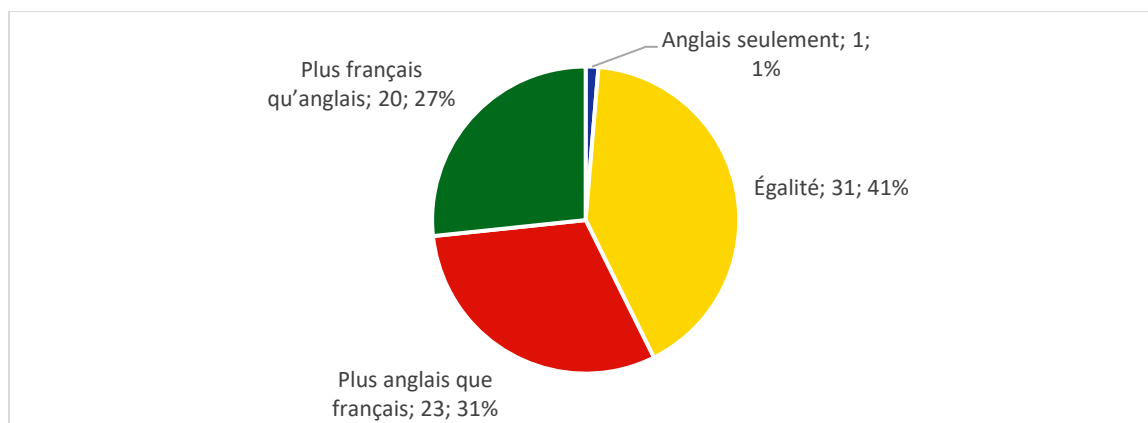
<sup>41</sup> Le diffuseur public est nommé à deux reprises, mais de façon différente. Un répondant a inscrit « CBC » et l'autre « CBC News ».

leurs préférences régionales. Par ailleurs, ce qui distingue les résultats sur les publications anglophones de ceux sur les publications francophones est le format dans lequel ces contenus peuvent être consultés. La majorité (80 %) des publications francophones dans la catégorie de presse canadienne était accessible en format imprimé, tandis qu'en anglais, deux tiers des titres recensés sont accessibles exclusivement en format numérique.

#### 4.2.1.3 Proportions de lecture en français et en anglais

De manière plus générale, les répondants estiment lire à égalité en anglais et en français, dans une proportion de 41 % (Fig. 12). Cette catégorie est suivie par celle dont les répondants affirment lire plus en anglais qu'en français à un taux de 31 %. On dénombre 20 répondants (27 %) qui affirment lire plus en français qu'en anglais. Un seul répondant disait lire uniquement en anglais, et aucun répondant n'affirmait lire uniquement en français.

Figure *Erreur ! Signet non défini.* : Dans quelle proportion lisez-vous en français ou en anglais? (réponses)

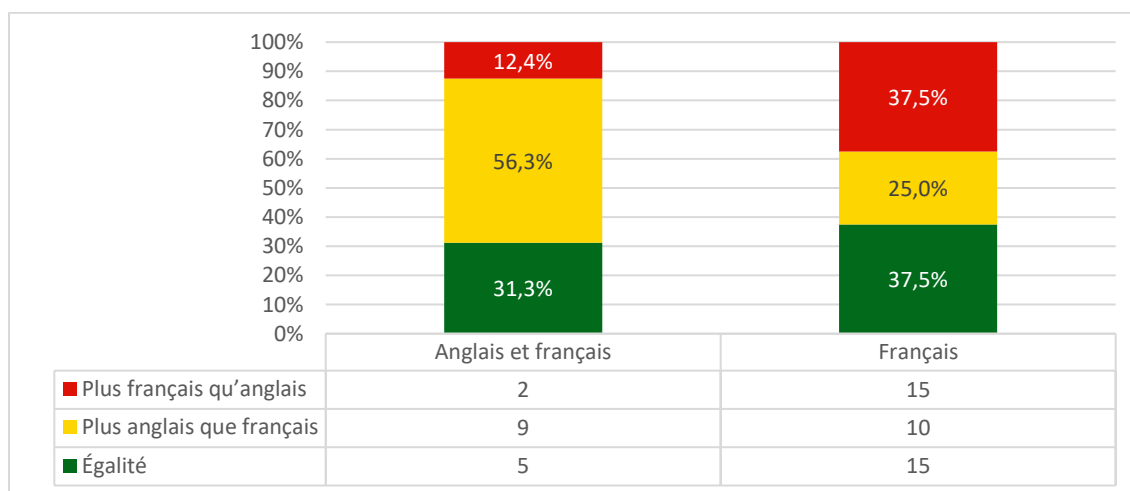


L'un des objectifs de la recherche étant de déterminer si certaines caractéristiques démologiques influençaient la langue principale de lecture, j'ai synthétisé les réponses concernant les langues de lecture en fonction des sous-groupes identifiés à la première

section du sondage, lesquels étaient suffisamment larges et de taille équivalente pour permettre de faire une analyse pondérée des données collectées.

Premièrement, la schématisation des réponses en fonction de la langue d'usage des répondants lorsqu'ils vivaient au foyer parental (Fig. 13) témoigne de divergences au niveau de la langue de lecture de deux sous-groupes d'intérêt : celui des répondants dont la langue d'usage était le français (40 répondants) et celui des répondants issus de foyers bilingues où l'on privilégiait l'anglais et le français (16 répondants). Le nombre de réponses collectées au sein des autres groupes est trop restreint pour que l'analyse soit concluante. On dénombre seulement huit personnes pour qui la langue d'usage au foyer parental était l'anglais, deux pour qui les langues d'usage étaient l'anglais, le français et une langue tierce, deux ayant connu le français et une langue autre que l'anglais comme langue d'usage, et sept qui se sont abstenus de répondre. Ceux dont la langue d'usage principale au foyer parental était le français sont plus nombreux à lire surtout en français ou à égalité en français et en anglais, alors que ceux des foyers bilingues sont proportionnellement plus nombreux à privilégier l'anglais comme langue de lecture.

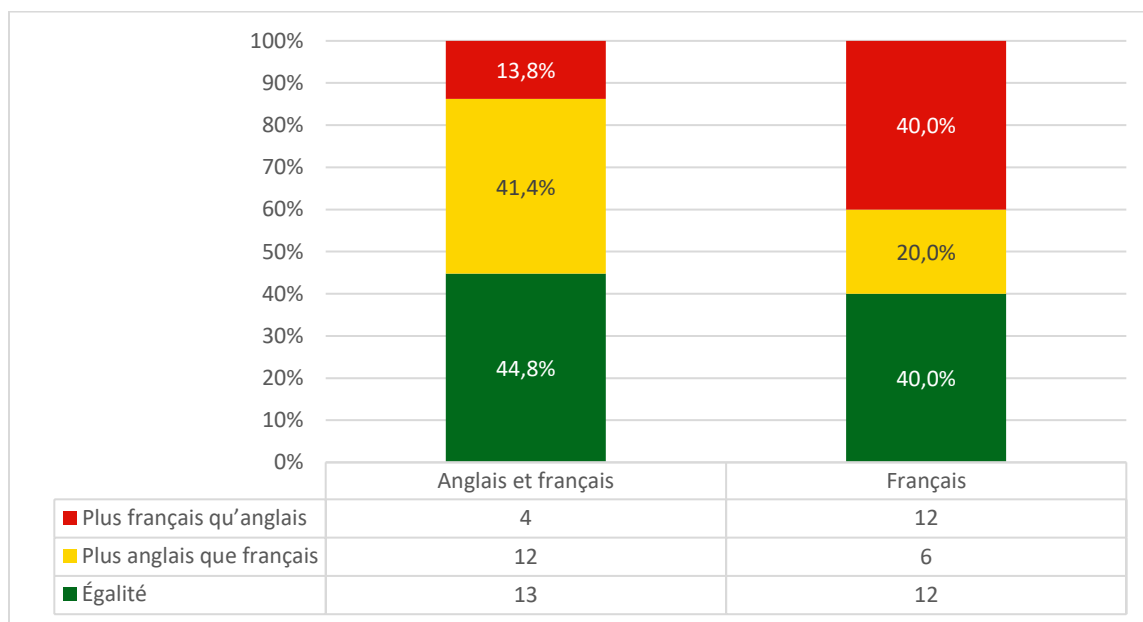
Figure *Erreur ! Signet non défini.* : Langue de lecture selon la langue ou les langues d'usage au foyer parental





Cette même analyse appliquée aux langues d'usage au foyer au moment où les répondants<sup>42</sup> complétaient le sondage témoigne également d'une plus forte tendance à lire en français chez ceux qui ont comme langue d'usage unique le français (Fig. 14). 40 % de ces répondants affirment lire plus en français qu'en anglais. Ce chiffre baisse à 13,8 % chez les répondants issus de foyers bilingues pour qui les langues d'usage sont l'anglais et le français. Ces derniers sont proportionnellement plus nombreux à opter pour l'anglais comme langue de lecture. 41,4 % disent lire plus en anglais qu'en français, contrairement à 20 % des répondants dont le français est la seule langue d'usage au foyer. Ceux des foyers bilingues sont toutefois marginalement plus nombreux à affirmer lire en anglais et en français à proportion égale (44,8 % contre 40,0 %).

Figure *Erreur ! Signet non défini.* : Langue de lecture selon la langue d'usage au foyer actuel



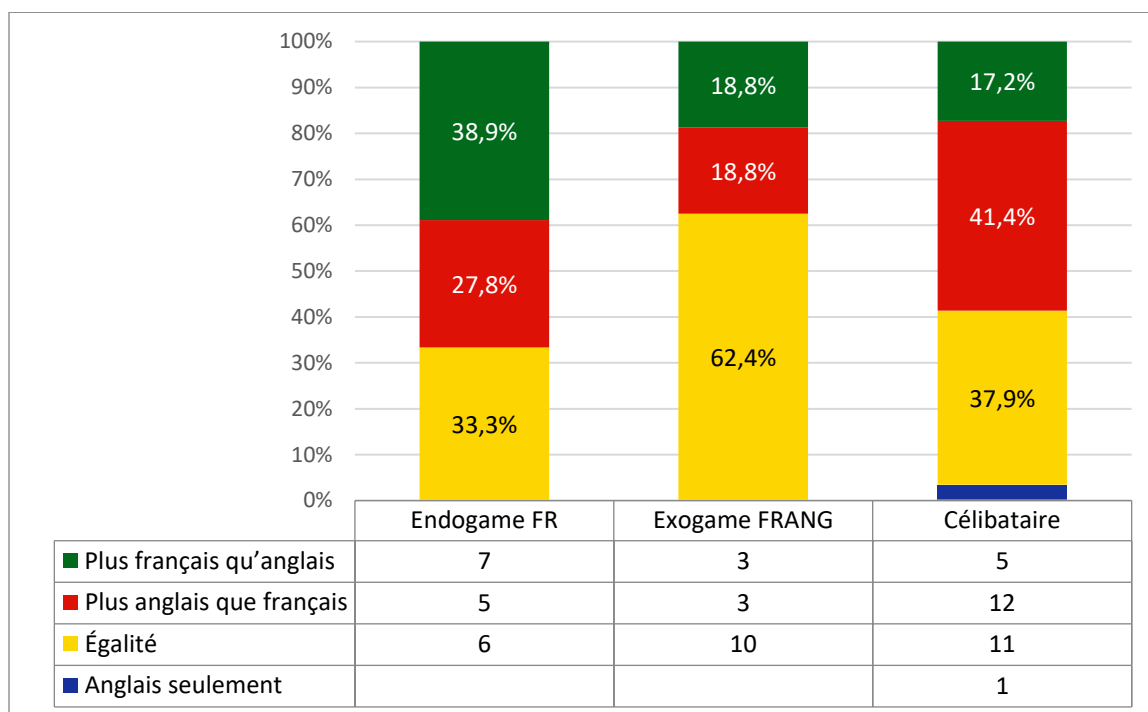
<sup>42</sup> Parmi les 75 répondants qui ont complété le sondage, seulement six disent avoir l'anglais comme seule langue d'usage au foyer, six disent avoir l'anglais, le français et une langue tierce comme langues d'usage, et une personne dit avoir le français et une langue autre que l'anglais comme langues d'usage. Ces sous-groupes n'offrent donc pas suffisamment de données pour faire une comparaison équitable avec les deux sous-groupes retenus pour cette analyse, soit celui des personnes dont les langues d'usage sont l'anglais et le français (29) et celui dont la langue d'usage unique est le français (30).

Par ailleurs, les répondants vivant en situation d'exogamie anglo-franco au moment de répondre au sondage (16) étaient moins nombreux proportionnellement à lire en français que ceux en situation d'endogamie francophone (18). 18,8 % des premiers disant lire plus en français, contrairement à 38,9 % des derniers. Quant aux célibataires présumés (29)<sup>43</sup>, cette proportion est de 17,2 % (Fig. 15). Le groupe exogame compte toutefois une plus grande proportion de répondants qui estime lire à égalité en anglais et en français (63 %) que le groupe endogame (33,3 %). Chez les célibataires, cette proportion est de 37,9 %. Ces résultats, en plus de la quasi-absence de réponses témoignant d'une consommation unilingue, suggèrent encore une fois qu'il y a une tendance à l'alternance linguistique, et non à l'angloconformité, en ce qui concerne la consommation de médias écrits. Bien que les répondants qui lisent à égalité en français et en anglais soient bien représentés dans chacun des groupes, les variations proportionnelles dans la catégorie « Plus anglais que français » indiquent néanmoins que l'environnement social demeure un facteur dans le choix de la langue de consommation. Les répondants du groupe endogame sont plus nombreux à privilégier l'anglais comme langue de lecture. 27,8 % des membres de ce groupe disent lire plus en anglais qu'en français, contrairement à 18,8 % des membres du groupe exogame. Cette proportion augmente chez les célibataires pour atteindre 41,4 % et compte même un répondant (3,4 %) qui affirme lire exclusivement en anglais.

---

<sup>43</sup> Tout compte fait, on arrive à 63 répondants. Parmi les 12 réponses non comptabilisées à des fins d'analyse, on dénombre 4 couples endogames dont la première langue parlée des conjoints ou conjointes n'est pas l'anglais ou le français (endogame ALT), 2 endogames anglophones (endogame ANG), 1 exogame dont les langues sont autres que l'anglais ou le français (exogame ALT) et 5 exogames dont les langues sont le français et une langue tierce (exogame FRALT). Étant donné que les résultats sont trop disparates parmi ces 4 sous-groupes, seulement les trois groupes dont le nombre de répondants était suffisamment élevé pour permettre une pondération des données légitime ont été retenus pour l'analyse.

Figure *Erreur ! Signet non défini.* : Langue de lecture selon la composition linguistique du milieu familial actuel



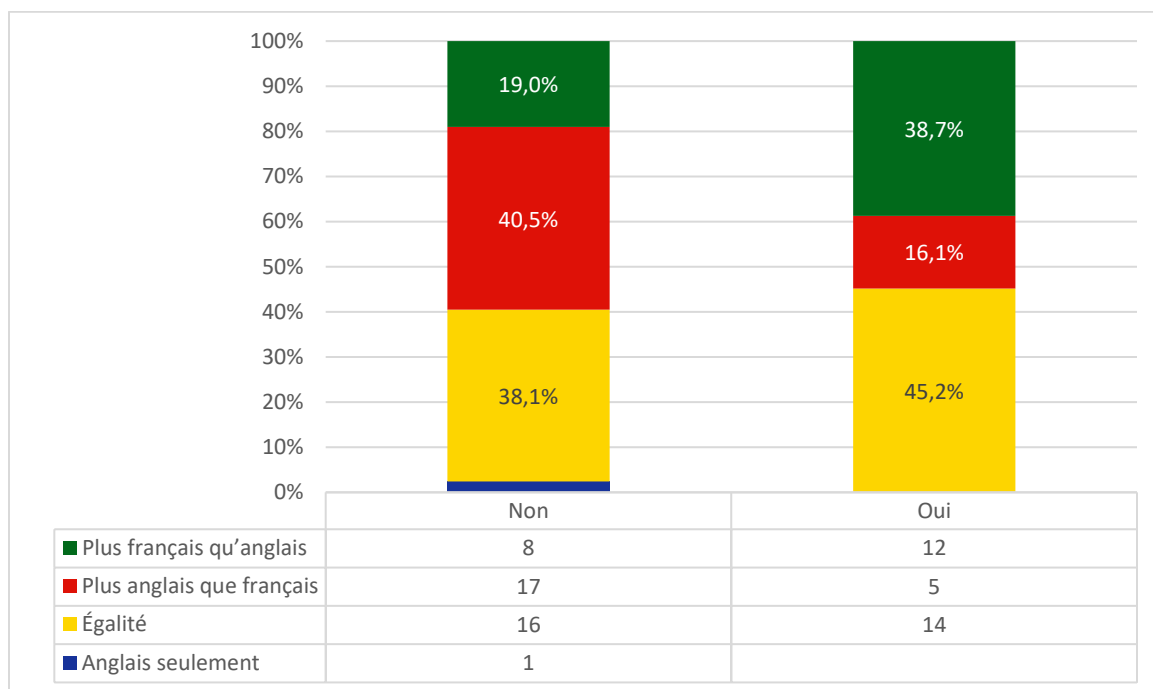
Une personne ayant vécu au courant de sa vie dans un État francophone<sup>44</sup> est-elle plus portée à lire en français qu'en anglais ? Selon l'analyse croisée des données (Fig. 16), les personnes qui, en réponse à la question concernant les lieux de résidence, ont identifié des États francophones sont proportionnellement plus nombreuses à lire surtout en français (35,5 %) que celles qui sont réputées avoir vécu jusqu'ici au sein d'un État où le français n'a pas de statut officiel (20,5 %).

Par ailleurs, 38,7 % des personnes nées dans un État francophone lisent surtout en français, comparativement à 19,0 % des personnes qui ne le sont pas. De plus, par une marge significative, ces derniers sont plus nombreux proportionnellement que les premiers à lire surtout en anglais. 40,5 % des répondants nés dans un État non-francophone disent

<sup>44</sup> État où le français est la langue *de facto* ou *de jure* (p. 67).

lire plus en anglais qu'en français, tandis que ce pourcentage diminue à 16,1 % chez l'autre groupe.

Figure 12 : Langue de lecture selon le fait d'être né dans un État francophone



Certes, cette enquête seule ne permet pas de confirmer les raisons pour lesquelles une personne ayant vécu en immersion dans un État francophone privilégierait le français comme langue de lecture. Elle permet néanmoins d'avancer que le contact avec ces milieux, où le champ médiatique francophone est possiblement plus développé qu'ailleurs, favorise la perception selon laquelle les messages francophones auraient autant, sinon plus de valeur que ceux en anglais. Si, comme le dit Laflamme (1992), « le champ médiatique qui [enserme le francophone hors Québec] lui donne l'illusion que ne sont valables que les messages anglophones [et le] pousse souvent [...] à sous-évaluer la culture de ses semblables » (Laflamme, 1992, p. 33), le fait d'avoir vécu ou d'être né dans un contexte

où l'on échappe à cette forme de diglossie médiatique aurait-il pour effet d'atténuer une sous-estimation des écrits francophones?

#### **4.2.2 Médias audios**

En ce qui a trait à la radio, nous reconnaissons à ce média la particularité d'être rattaché à une localité ou à un territoire circonscrit. Dans le contexte canadien, le diffuseur public de l'État, CBC/Radio-Canada, offre une programmation à l'échelle nationale, censée atteindre et interpeller le plus grand nombre de Canadiens, peu importe la région habitée. En revanche, étant établi dans chacune des provinces et territoires, celui-ci propose également une programmation régionale. De plus, la radiodiffusion, accessible désormais depuis des plateformes de diffusion en ligne, offre la possibilité aux auditeurs de syntoniser aisément des chaînes de partout dans le monde.

##### **4.2.2.1 Proportions d'écoute selon la langue**

Quant à la dimension linguistique, j'ai demandé aux répondants de quantifier la proportion dans laquelle ils écoutaient la radio et des baladodiffusions en français ou en anglais, en leur proposant un choix de réponse. Les répondants ont également été invités à quantifier leur consommation de musique francophone<sup>45</sup> en prenant pour mesure la fréquence avec laquelle celle-ci est écoutée.

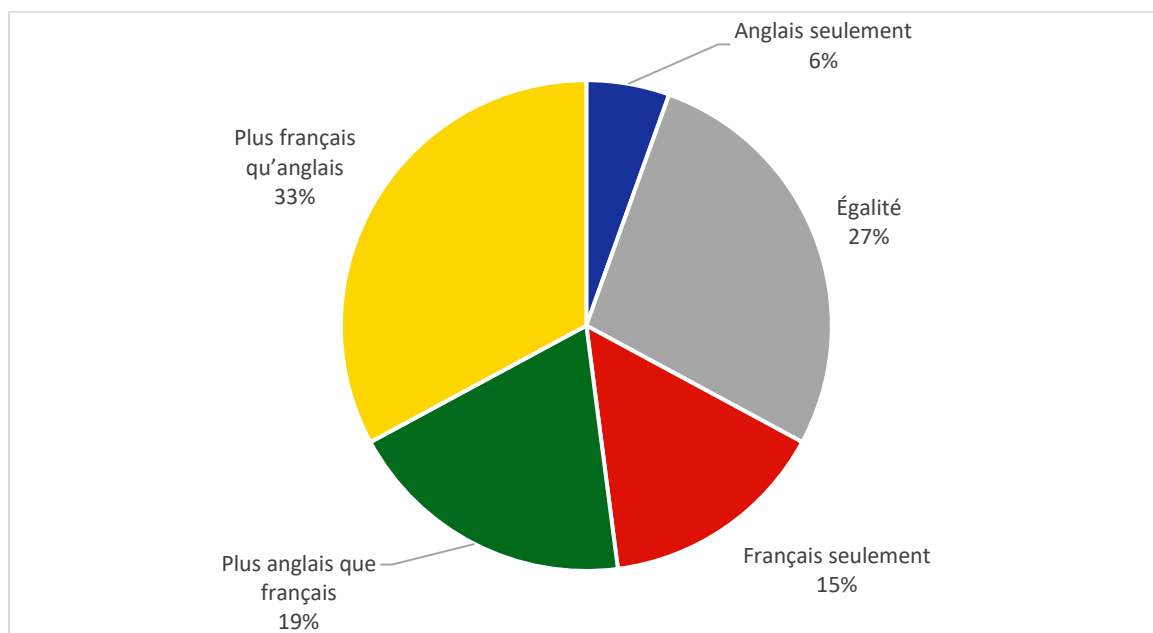
Ce qui détonne des résultats du sondage concernant les médias écrits, c'est l'apparition de la catégorie « français seulement » dans les réponses choisies (Fig. 17). La proportion de répondants qui affirment écouter la radio uniquement en français n'est pas non plus marginale. 15 % des 73 individus qui ont répondu à la question affirment écouter

---

<sup>45</sup> Musique produite par des auteurs, compositeurs, interprètes s'identifiant à la francophonie et dont les paroles des chansons, s'il y a lieu, sont en français (voir page 20 du présent mémoire).

exclusivement la radio en français. Ceux qui écoutent la radio plus en français qu'en anglais représentent 33 % de l'échantillon. Par ailleurs, en combinant les catégories de ceux qui font de l'écoute radiophonique surtout en anglais et de ceux qui en font uniquement en anglais, le résultat ne représente que le quart du nombre total des répondants. Enfin, 27 % des répondants disent écouter autant la radio en français qu'en anglais.

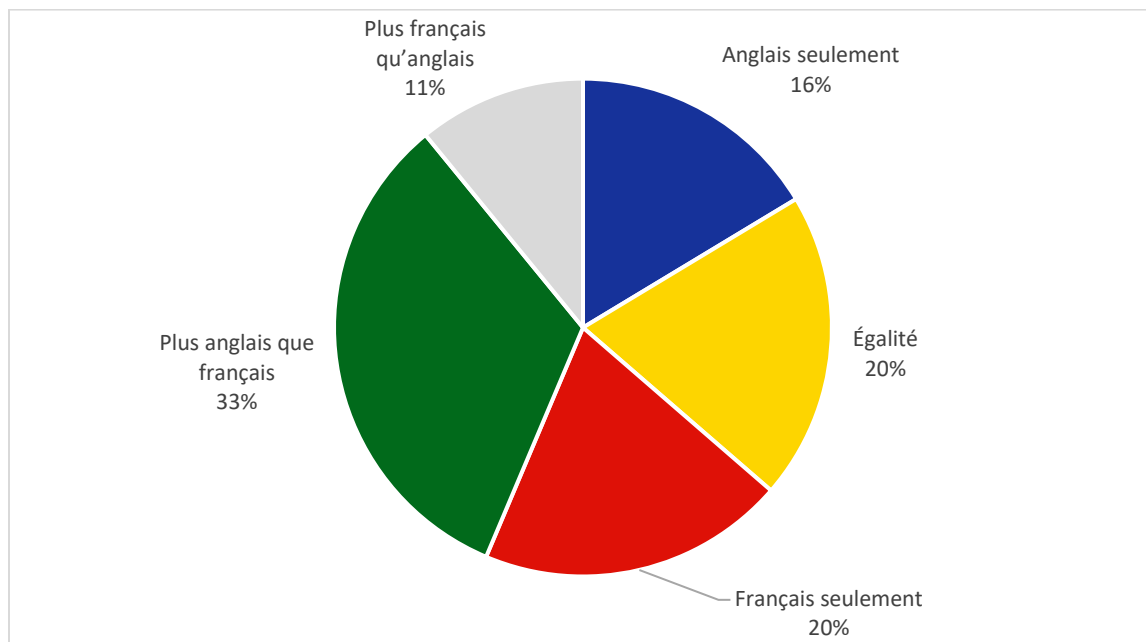
Figure 13 : Dans quelle proportion écoutez-vous la radio en français ou en anglais? (réponses)



En ce qui concerne l'écoute de baladodiffusions, 55 personnes ont répondu à la question par rapport aux proportions d'écoute dans les deux langues. J'observe que l'écoute faite surtout ou exclusivement en anglais prend de l'ampleur (Fig. 18). À l'opposé de ce qui est observé sur le plan de l'écoute radiophonique, où 33 % des répondants affirment faire de l'écoute surtout en français, cette même proportion dit écouter les baladodiffusions surtout en anglais. La proportion de répondants qui disent écouter les baladodiffusions exclusivement en anglais atteint également 16 %, soit 10% de plus que dans le cas de la radio. Près de la moitié des répondants privilégient alors l'anglais dans leurs choix

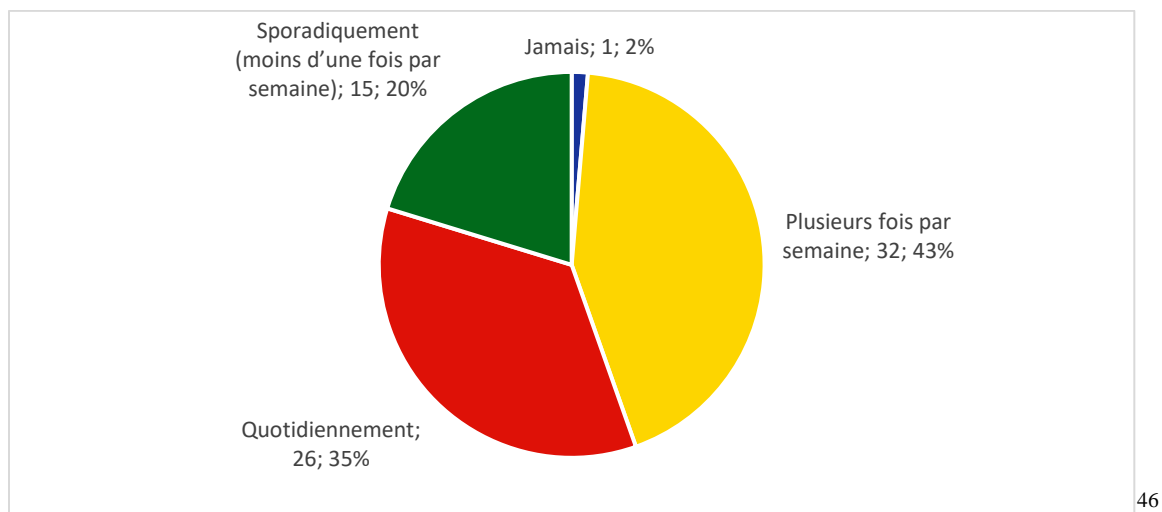
d'émissions. Cependant, la proportion de répondants qui font de l'écoute exclusivement en français est de 20%, soit 5% de plus que ce qui a été recensé pour la radio. En bref, l'écoute unilingue anglaise et française est plus fréquente en ce qui a trait aux baladodiffusions, comparativement à l'écoute radiophonique où il y a plus d'alternance linguistique à dominance francophone.

Figure 14 : Dans quelle proportion écoutez-vous des balados en français ou en anglais? (réponses)



Enfin, la musique francophone est écoutée quotidiennement par 35 % des répondants, et 43 % disent en écouter plusieurs fois par semaine (Fig. 19). 20 % des répondants en écoutent sporadiquement (moins d'une fois par semaine) et 2 % n'en écoutent jamais. L'échantillon est donc composé d'une majorité de consommateurs réguliers de musique francophone.

Figure 15 : À quelle fréquence écoutez-vous de la musique francophone (musique produite par des auteurs, compositeurs, interprètes s'identifiant à la francophonie et dont les paroles des chansons, s'il y a lieu, sont en français)? (réponses)



#### 4.2.2.2 Langue d'écoute selon la composition linguistique du milieu familial

L'analyse croisée des données révèle également que la composition du milieu familial semble exercer une certaine influence sur le degré d'alternance linguistique dans les habitudes d'écoute de médias audios. Comme il a été observé dans les résultats concernant les médias écrits, des fluctuations apparentes dans les comportements vis-à-vis de la langue de consommation des médias en fonction du milieu familial témoignent de divergences entre les habitudes des ménages exogames anglo-franco et endogames francophones. Le plus grand écart observé est toutefois entre ces deux groupes et les répondants présumés célibataires.

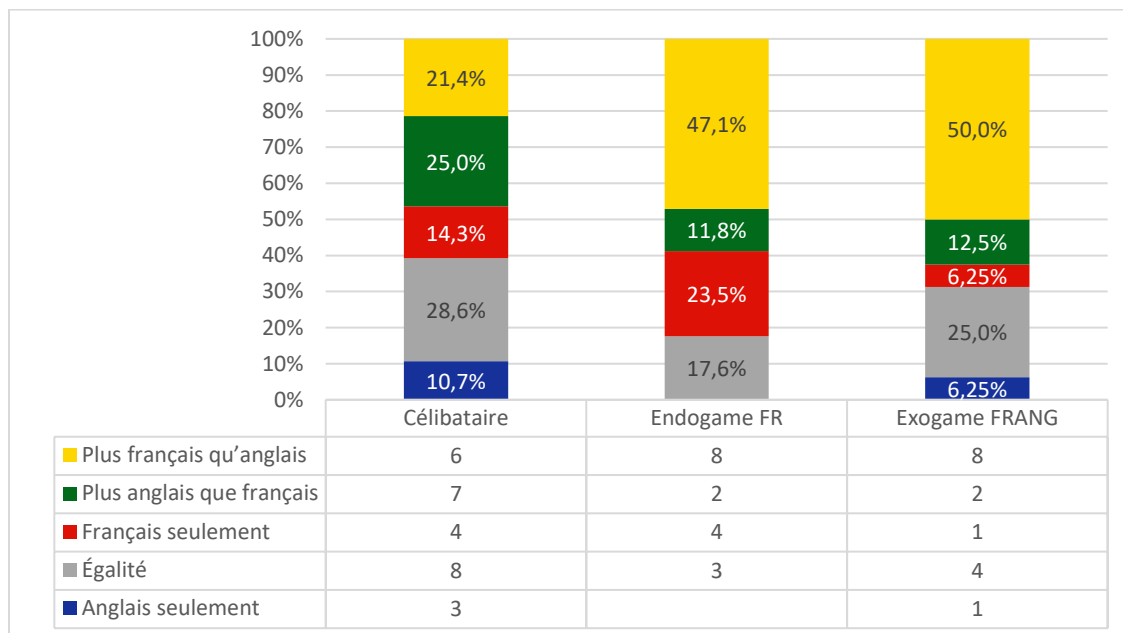
À l'égard de l'écoute radiophonique, les ménages endogames francophones sont les plus nombreux proportionnellement à la faire exclusivement en français. 23,5 % disent écouter la radio seulement en français (Fig. 20). Or, aucun répondant de ce groupe ne dit faire de l'écoute uniquement en anglais. Quant aux foyers exogames, un seul répondant

<sup>46</sup> 1 abstention.



(6,25 %) dit écouter la radio seulement en français, tout comme un autre qui dit l'écouter uniquement en anglais. La proportion de répondants en situation d'exogamie disant faire de l'écoute surtout en français (50,0 %) est quasi équivalente à celle des foyers endogames (47,1 %). Ceux-ci sont par ailleurs plus nombreux proportionnellement à faire de l'écoute à égalité en anglais et en français. Enfin, la proportion de célibataires qui disent écouter la radio surtout en français est moindre que chez les deux autres groupes. En effet, 21,4 % des célibataires disent faire de l'écoute surtout en français. Ils sont également plus nombreux proportionnellement à faire de l'écoute surtout ou exclusivement en anglais. Cette proportion est de 35,7 % chez les célibataires<sup>47</sup>, tandis qu'elle est de 11,8 % et 18,8 % chez les ménages endogames et exogames respectivement.

Figure 16 : Langue d'écoute de la radio selon la composition linguistique du milieu familial actuel

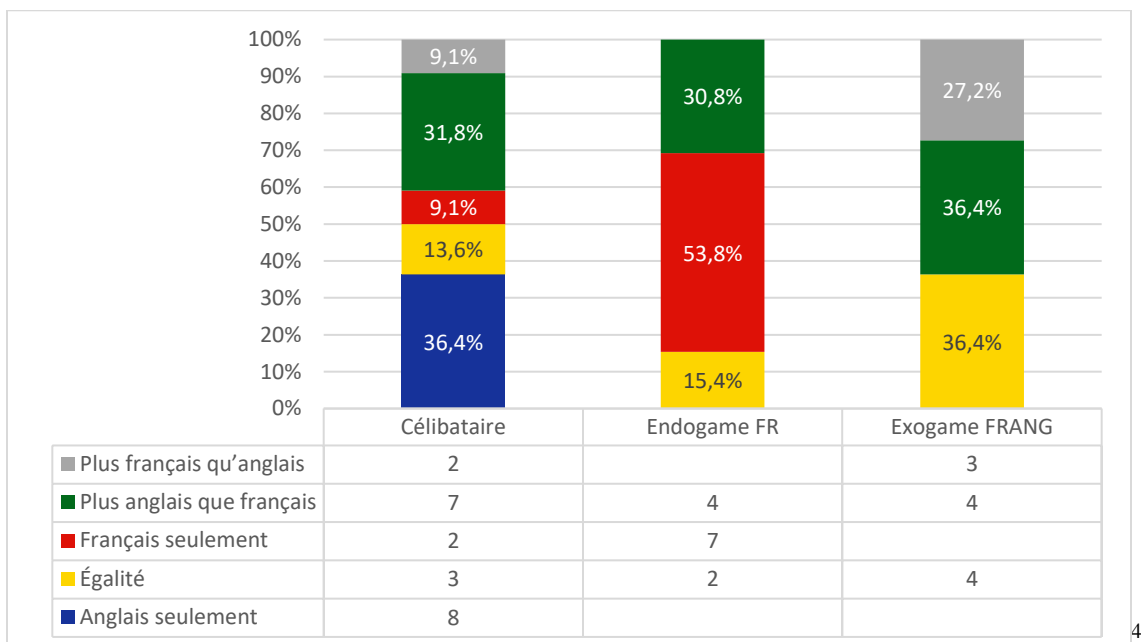


<sup>47</sup> Les répondants célibataires sont plus jeunes que ceux en couple. 22 répondants célibataires sur 28 (79 %) ont 34 ans et moins, comparativement 14 répondants en couple sur 34 (41%). L'âge semble alors être également un facteur dans les comportements de consommation de médias audios de l'échantillon comme il sera explicité plus loin. Les résultats analysés en fonction de l'âge des répondants indiquent effectivement que les Fransaskois âgés de 34 ans et moins consomment moins de contenus audios francophones que ceux âgés de 35 ans et plus.

Au premier abord, ces résultats indiquent que les répondants célibataires consomment nettement plus de médias de langue anglaise que les répondants qui ont indiqué avoir un conjoint ou une conjointe qui a soit le français ou l'anglais comme première langue parlée. Le contraste est encore plus marqué lorsque le même croisement de données est appliqué à la consommation des baladodiffusions (Fig. 21).

D'abord, les célibataires constituent le seul des trois groupes qui dit écouter exclusivement ce genre de contenu en anglais, et ce, dans une proportion de 36,4 %. En tout, 68,1 % des répondants célibataires affirment écouter des balados surtout ou uniquement en anglais, tandis que la proportion de répondants qui privilégient le français comme langue d'écoute principale ou exclusive est de 18,2 %. Ceux qui disent écouter en proportions égales des balados en français et en anglais représentent 13,6 % du groupe. Quant au groupe endogame francophone, une majorité, soit 53,8 % des répondants, dit écouter des balados uniquement en français. 30,8 % disent toutefois faire de l'écoute surtout en anglais, et 15,4 % disent en écouter autant en anglais qu'en français. Bien que les répondants en situation d'exogamie anglo-franco n'indiquent pas faire de l'écoute exclusivement dans une langue ou dans l'autre, la proportion qui dit le faire à égalité en anglais et en français est plus que le double de celles des deux autres groupes, atteignant 36,4 %. Enfin, 27,2 % disent écouter des balados plus en français qu'en anglais, tandis que 36,4 % disent en écouter surtout en anglais.

Figure 17 : Langue d'écoute des balados selon la composition linguistique du milieu familial actuel



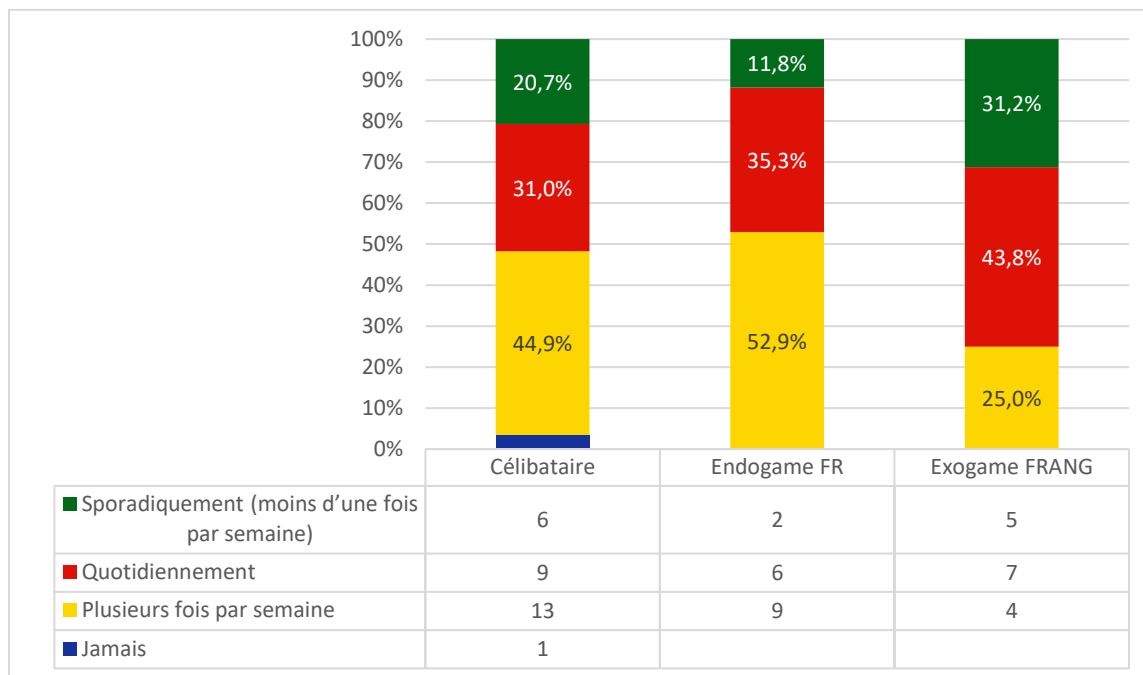
48

Sur le plan de la fréquence à laquelle les répondants écoutent la musique francophone, les fluctuations sont beaucoup moins importantes que dans les analyses précédentes (Fig. 22). Le groupe endogame francophone est celui qui écoute le plus fréquemment la musique francophone. 52,9 % de ces répondants affirment en écouter plusieurs fois par semaine, et 35,3 % disent en écouter quotidiennement. Seulement 11,8 % disent l'écouter sporadiquement (moins d'une fois par semaine). Les célibataires arrivent en deuxième, avec 75,9 % des répondants qui disent écouter régulièrement la musique francophone (quotidiennement, ou plusieurs fois par semaine), tandis que 20,7 % disent n'en écouter que sporadiquement et une seule personne dit ne jamais en écouter. Le groupe exogame, quant à lui, affiche la plus grande proportion de répondants disant en écouter sporadiquement, soit 31,2 %. La proportion de ce groupe disant écouter quotidiennement

<sup>48</sup> 2 Endogames ALT, 2 Endogames ANG, 1 Exogame ALT, 4 Exogames FRALT, 20 Abstentions.  
Copyright © Trevor Grey – Médias et vitalité sociolinguistique en Fransaskoisie – 2023

de la musique francophone est d'ailleurs la plus grande des trois, s'établissant à 43,8 %. Finalement, le quart de ces répondants affirme en écouter plusieurs fois par semaine.

Figure 18 : Fréquence d'écoute de la musique francophone selon la composition linguistique du milieu familial actuel



Ces résultats indiquent que le comportement des répondants vis-à-vis du choix de la langue dans laquelle ils consomment leurs médias audios varie selon l'environnement social dans lequel ils vivent. Qu'est-ce qui explique que la plupart de Fransaskois qui consomment ces médias surtout en anglais soient célibataires, alors que ceux qui privilégient le français comme langue d'écoute sont en couple ? Pourquoi la proportion d'écoute exclusivement en français est-elle moindre chez les couples exogames anglo-franco que chez les couples endogames francophones ? Il serait possible de répondre simplement à cette dernière question en avançant que les couples exogames auraient tendance à privilégier une consommation en alternance entre l'anglais et le français, tandis

que les couples endogames seraient plus aptes à adhérer à une consommation unilingue francophone.

Revenant aux résultats qui distinguent les célibataires des couples, serait-il possible que le choix de langue soit influencé justement par le cadre social qui aurait pour effet de sensibiliser davantage les couples au champ médiatique francophone ? Le fait de partager son intimité avec quelqu'un d'autre sensibiliserait-il le Fransaskois en situation de couple, que celui-ci soit exogame ou endogame, à la présence du champ médiatique francophone ? Dans le cas du couple endogame, on peut imaginer que la langue commune des deux partenaires soit celle qui détermine la langue de consommation médiatique. Or, dans le cas des couples exogames, le partenaire dont la première langue parlée est minoritaire, serait-il davantage concerné par la place qu'occupe celle-ci dans son quotidien, faisant ainsi un choix conscient à l'égard de la langue des médias consommés ? Je reviendrai sur ces questionnements plus loin.

#### **4.2.2.3 Langue de consommation selon la parentalité**

Jusqu'ici, il a été question de la composition linguistique du milieu familial en fonction du statut conjugal des répondants. Or, sachant que l'école francophone se trouve vraiment au cœur des communautés francophones en milieu minoritaire, il importe d'analyser ces données en lien avec la parentalité des répondants. À partir des réponses à la question : « Si vous avez des enfants, sont-ils ou étaient-ils inscrits dans un programme d'immersion française ou de français langue première ? », j'ai déterminé que 37 répondants ont des enfants. J'ai d'abord tenté d'analyser les résultats en fonction du programme d'instruction des enfants. Cependant, comme la grande majorité (30 ; 81,1 %) est inscrite dans un programme de français langue première, ceux qui sont dans les programmes d'immersion

française (4 ; 10,8 %) ou qui tombent dans la catégorie « Autre<sup>49</sup> » (3 ; 8,1 %) représentent un nombre plutôt marginal de répondants. J'ai donc choisi plutôt de comparer les deux groupes de taille équivalente, soit celui des répondants avec enfants et ceux qui n'en ont pas.

D'abord, l'analyse des réponses concernant la proportion dans laquelle la radio est écoutée en français ou en anglais permet de voir que les répondants qui ont des enfants sont plus de deux fois plus nombreux à faire de l'écoute exclusivement en français (21,6 %) que ceux qui n'en ont pas (8,3 %). À l'inverse, les répondants sans enfant sont près de quatre fois plus nombreux à écouter la radio exclusivement en anglais. 8,3 % des répondants de cette catégorie disent écouter la radio seulement en anglais, contrairement à 2,7 % des répondants avec enfants. Ces derniers sont d'ailleurs moins nombreux à affirmer écouter la radio plus en anglais qu'en français (13,5 %) que les répondants sans progéniture pour qui cette proportion monte à 25,0 %. Les proportions d'écoute surtout en français et à égalité sont toutefois presque équivalentes.

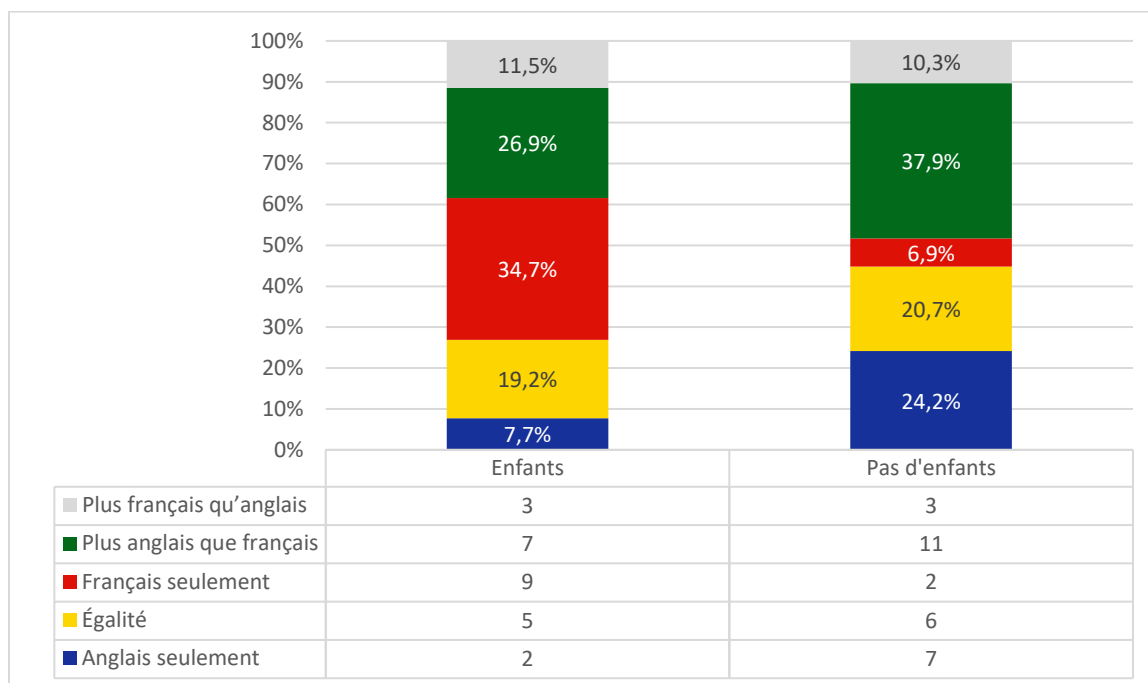
Les résultats de l'analyse appliquée à l'écoute des balados ressemblent à ceux en lien avec l'écoute radiophonique. D'abord, les répondants parents sont plus nombreux proportionnellement à écouter des balados uniquement en français (Fig. 23). À vrai dire, l'écart est encore plus marqué qu'avec la radio. 34,7 % des répondants avec enfants disent écouter uniquement des baladodiffusions de langue française, soit cinq fois plus que les répondants qui n'ont pas d'enfants pour lesquels cette proportion s'établit à 6,9 %. Il convient également de souligner que la proportion de répondants qui écoutent ce genre de

---

<sup>49</sup> Les répondants ayant choisi cette réponse ont par la suite précisé qu'il s'agissait d'un programme scolaire anglophone ou que les enfants n'avaient pas encore atteint l'âge de fréquenter l'école.

médias surtout en français ou à égalité en français et en anglais est moins importante comparativement aux résultats observés pour la radio. Comme il a été observé précédemment pour les résultats analysés en fonction de la situation conjugale, les répondants ont davantage tendance à écouter les balados surtout où exclusivement en anglais.

Figure 19 : Langue d'écoute de baladodiffusions selon la parentalité



Ces résultats indiquent donc que les répondants qui ont des enfants sont proportionnellement plus nombreux à écouter la radio ou les baladodiffusions en français que ceux qui n'en ont pas. Les répondants parents feraient-ils usage des médias comme outil stratégique pour soutenir la continuité linguistique ? Un des témoins a notamment expliqué que, lorsqu'il était jeune, ses parents faisaient le choix conscient de faire entrer

des médias francophones dans le foyer. Ces derniers syntonisaient sans faute la radio francophone et commandaient de la musique auprès des détaillants québécois.

Il serait également possible que ce soit la progéniture des répondants qui dicte les choix en matière de programmation radiophonique ou musicale consommée au sein du foyer. Ceci me semble toutefois peu probable puisque, comme le dit Laflamme (2001), en milieu minoritaire on n'apprivoise pas le champ médiatique francophone de manière organique, mais « par le biais de l'éducation » (Laflamme, 2001, p. 108). L'exposition aux médias audios francophones pourrait donc être le résultat des choix délibérés des premiers responsables de l'éducation des jeunes fransaskois, leurs parents. Il faudrait cependant creuser davantage la question pour connaître les contextes dans lesquels l'écoute se fait, le nombre et l'âge des enfants au foyer, ainsi que d'autres détails sur les milieux de vie pour vérifier cette thèse.

Par ailleurs, une enquête axée davantage sur la psychologie relationnelle ayant rapport avec la conjugalité et la parentalité permettrait de mieux comprendre le comportement linguistique vis-à-vis de la consommation médiatique en milieu minoritaire. De plus, et peut-être dans le cadre d'une prochaine enquête, il serait pertinent d'interroger les répondants sur les contextes dans lesquels ils consomment certains médias. À l'étape de l'analyse du discours des participants aux entrevues semi-dirigées, qui sera exposée plus loin, je constate que les médias audios sont consommés surtout dans un contexte solitaire. Les médias audiovisuels quant à eux sont davantage consommés dans un contexte social. Dans plusieurs cas, certains auditeurs présents ne maîtrisant pas le français vont influencer les choix de consommation pour que celle-ci puisse être appréciée par tous. Si l'anglais est la langue parlée par tous, on va donc choisir des émissions ou des films anglophones. Il

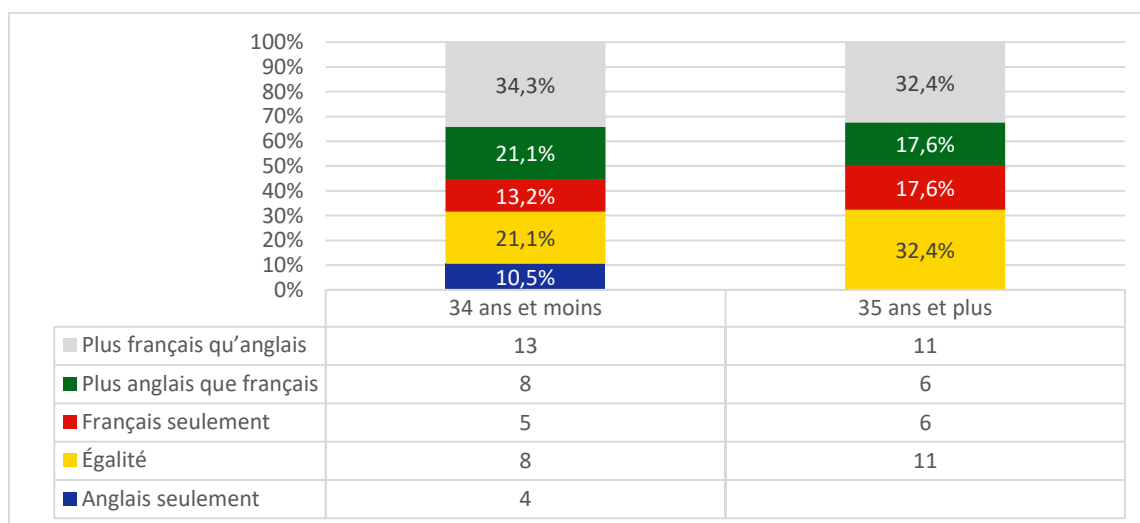


sera justement question, dans la section sur les médias audiovisuels francophones, des facteurs sociaux et démographiques qui influencent les choix des répondants en matière de langue de consommation de ces médias afin de comprendre comment ceux-ci se distinguent des médias audios.

#### 4.2.2.4 Langue d'écoute selon l'âge

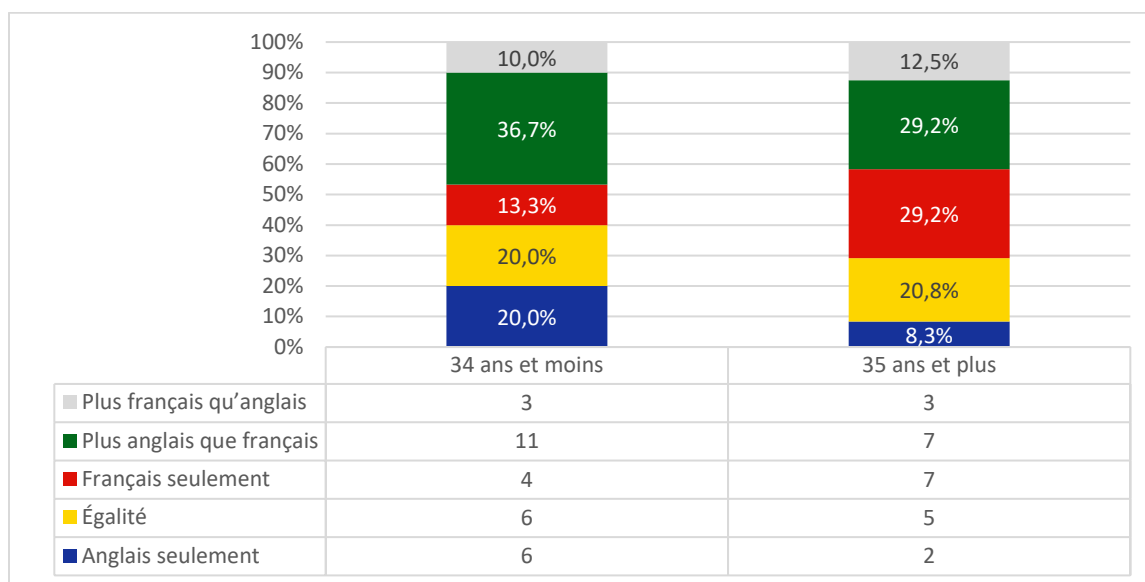
L'âge des répondants est-il un facteur dans le choix de la langue des médias audios ? En divisant les répondants en deux groupes d'âge de taille quasi équivalente, je constate que le groupe constitué de répondants âgés de 34 ans et moins consomme effectivement plus de contenus radiophoniques anglophones que leurs compatriotes de 35 ans et plus (Fig. 24). En effet, quatre répondants, soit 10,5 %, du premier groupe affirment écouter la radio uniquement en anglais, alors qu'aucun répondant du deuxième groupe répond dans ce sens. Bien que les plus jeunes soient plus nombreux proportionnellement à faire de l'écoute surtout en français, ils sont également plus nombreux à la faire en anglais. Ils sont d'ailleurs moins nombreux que le groupe de 35 ans et plus à faire de l'écoute exclusivement en français, ainsi qu'à égalité en anglais et en français.

Figure 20 : Écoute radiophonique selon l'âge



Les divergences sont toutefois plus marquées en ce qui concerne l'âge et l'écoute des baladodiffusions (Fig. 24). L'analyse indique que le groupe des 34 ans et moins est plus porté à écouter des baladodiffusions de langue anglaise. Ces derniers sont plus de deux fois plus nombreux à écouter des balados exclusivement en anglais (20,0 %) que les répondants âgés de 35 ans et plus (8,3 %). Inversement, une proportion de 29,2 % des 35 ans et plus écoute exclusivement des balados de langue française, tandis que cette proportion est de 13,3 % chez les 34 ans et moins.

Figure 2: Écoute de baladodiffusion selon l'âge



Comme je l'ai observé précédemment, la fréquence d'écoute de la musique francophone est presque équivalente entre les deux groupes d'âge. Une proportion légèrement plus élevée des 34 ans et moins n'écoute de la musique francophone que de manière sporadique. D'ailleurs, un seul répondant appartenant à ce même groupe indique ne jamais en écouter.

Ces résultats peuvent être un indice d'une discontinuité linguistique. L'adhésion à une consommation médiatique francophone est peut-être plus développée chez les Fransaskois

plus âgés pour une diversité de raisons. Le fait que certains individus peuvent avoir migré d'un milieu à majorité francophone vers le milieu minoritaire lorsqu'ils étaient plus âgés peut ainsi être en cause. Un grand nombre de répondants est justement né à l'extérieur de la Saskatchewan, et il faudrait alors connaître l'âge qu'ils avaient au moment d'y emménager pour pouvoir analyser plus concrètement cette hypothèse. Il est toutefois documenté que la jeunesse franco-canadienne revendique de plus en plus une identité bilingue plutôt que francophone (Landry *et al.*, 2006b). Les données statistiques du dernier recensement témoignent d'une décroissance du nombre de Saskatchewanais qui se disent de langue maternelle française au fur et à mesure que celui des Saskatchewanais de langue maternelle anglaise et française augmente. Ce phénomène pourrait expliquer une plus forte consommation de médias de langue anglaise, les Fransaskois bilingues se reconnaissant autant, sinon plus, dans les médias de langue anglaise que dans les médias francophones. La question de la représentativité des médias comme facteur déterminant dans la consommation, ou la non-consommation de médias francophones sera abordée plus loin dans la section traitant de la perception des médias.

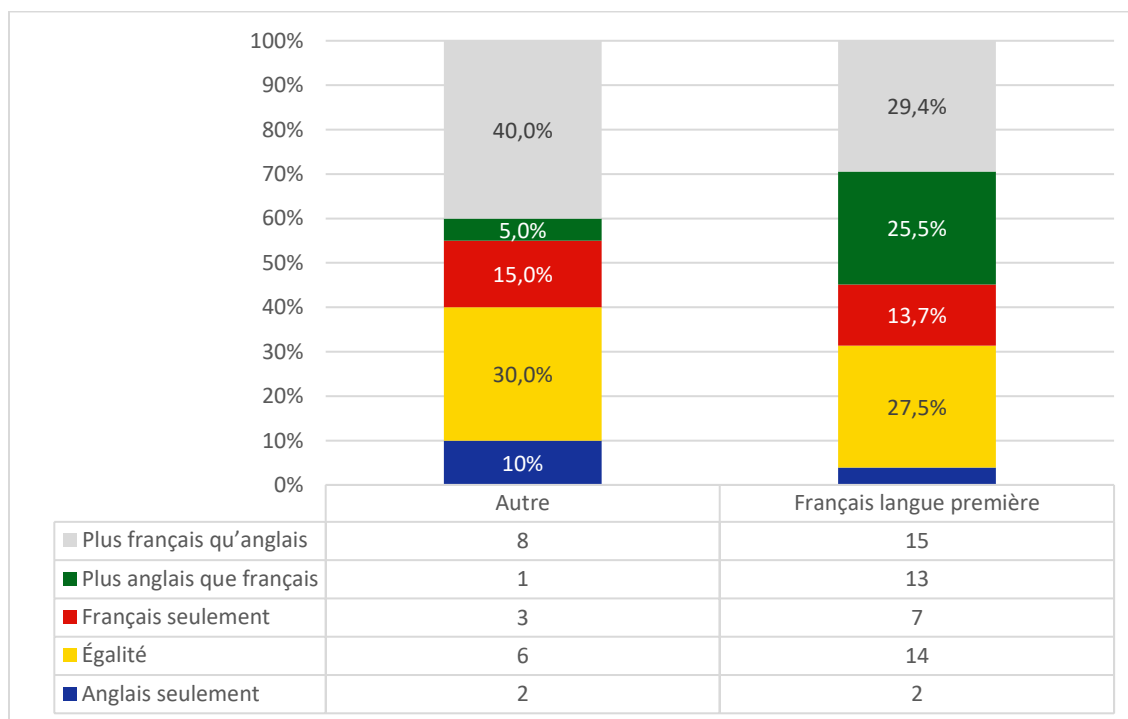
#### **4.2.2.5 Langue d'écoute selon le programme scolaire**

Outre l'âge des répondants, le programme de scolarité suivi, au primaire comme au secondaire, a visiblement une influence sur les choix de consommation des médias. La majorité des répondants ayant suivi un programme scolaire de français langue première, j'ai divisé l'échantillon en deux groupes. Le premier groupe est composé de répondants ayant suivi un programme scolaire autre que celui de français langue première, et le deuxième, de répondants ayant suivi un tel programme. Ce premier groupe comprend notamment une proportion importante de répondants disant avoir suivi un programme

d'immersion française (huit répondants sur vingt au primaire et huit répondants sur vingt-et-un au secondaire).

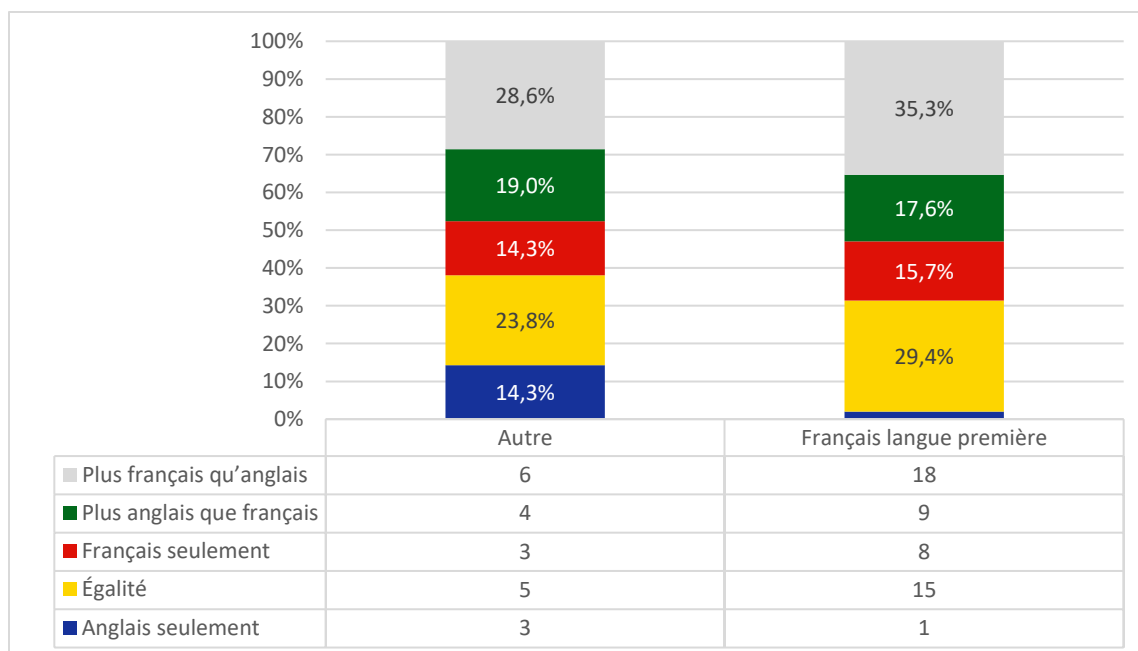
L'analyse appliquée aux données concernant le programme d'instruction au primaire indique que les répondants du premier groupe, ceux n'ayant pas suivi un programme de français langue première, sont les plus grands consommateurs de radio francophone (Fig. 25). Considérant ce que Laflamme mentionne à l'égard de l'accession au champ médiatique francophone par « le biais de l'éducation », je m'attendais à ce que le deuxième groupe, celui scolarisé dans un programme de français langue première, affiche une plus forte adhésion à une écoute radiophonique francophone que leurs pairs. Or, 55 % des répondants du groupe désigné « Autre » écoutent la radio surtout ou exclusivement en français, tandis que ce pourcentage est de 43,1 % chez l'autre groupe.

Figure 21 : Langue d'écoute radiophonique selon le programme de scolarité au primaire



Les comportements entre les deux groupes s'inversent toutefois lorsque cette même analyse est appliquée aux données sur le programme d'instruction au secondaire (Fig. 26). En effet, c'est le groupe scolarisé en français langue première qui écoute la radio francophone dans une plus grande proportion (51,0 %), contrairement à l'autre groupe, dont les répondants ne sont que 28,9 % à privilégier l'écoute en français. D'ailleurs, comparativement aux données sur le programme d'instruction au primaire, l'écart se creuse davantage en ce qui a trait à l'écoute uniquement en anglais. 14,3 % des répondants du groupe « Autre » disent faire de l'écoute seulement en anglais, tandis que 2,0 % du groupe « Français langue première » disent en faire autant.

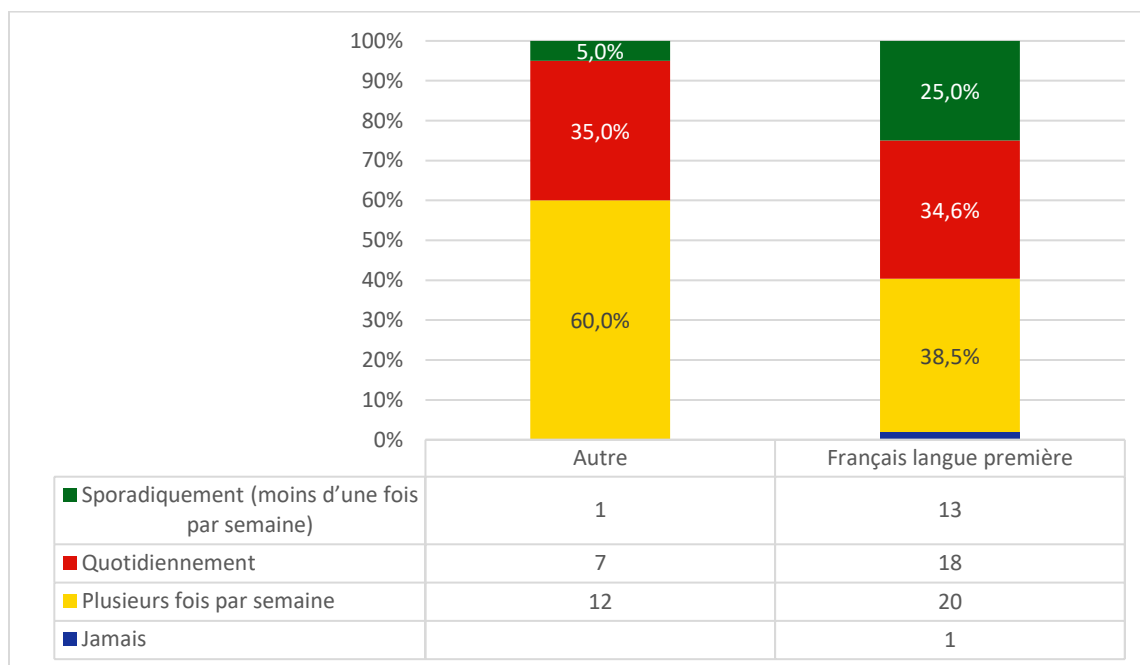
Figure 22 : Langue d'écoute radiophonique selon le programme de scolarité au secondaire



Le croisement des données sur l'éducation, autant au primaire qu'au secondaire, avec celles sur la fréquence d'écoute de la musique francophone permet de constater que c'est le premier groupe qui consomme le plus fréquemment de la musique francophone (Fig. 27). Ceux ayant suivi un programme « Autre » au primaire sont 8,8 % plus nombreux

que le deuxième groupe à écouter la musique francophone quotidiennement ou plusieurs fois par semaine. L'écart est encore plus grand lorsqu'on regarde les résultats de l'analyse appliquée aux données sur le programme d'instruction au secondaire. Les répondants ayant suivi un programme « Autre » sont alors 21,9 % plus nombreux à consommer régulièrement de la musique francophone que leurs pairs.

Figure 23 : Fréquence d'écoute de la musique francophone selon le programme d'instruction au secondaire



Que nous dit ce traitement des données ? Qu'est-ce qui explique que les répondants qui disent ne pas avoir suivi un programme d'instruction de français langue première consomment davantage de médias audios francophones que leurs pairs qui disent en avoir suivi ? Est-ce parce que ceux qui ont suivi un programme de français langue première voient l'écoute de la radio ou la musique de langue française comme une imposition ou un devoir ? Faudrait-il alors observer dans ces résultats le rejet conscient des éléments du patrimoine médiatique francophone chez le groupe ayant évolué dans un rapport de proximité accrue avec les institutions fransaskoises ?

La conclusion selon laquelle les Fransaskois scolarisés dans un programme de français langue première, dont plusieurs au sein des écoles fransaskoises, boudent les médias francophones correspondraient à ce que Raymond Breton (1994) avance concernant la relation individus-collectivité et les modalités d'appartenance aux francophonies minoritaires. Selon l'auteur, la modalité d'appartenance peut-être négative, caractérisée par « le *rejet* de la collectivité francophone » (Breton, 1994, p. 63) ou par « un sentiment de *honte* et le rejet de son origine ethnoculturelle » (p. 66). Certains individus peuvent notamment entretenir « des sentiments d'hostilité vis-à-vis la communauté » (p. 64). D'autres estiment que « l'identification à la collectivité leur donnera le sentiment d'être dépréciés, inférieurs, folkloriques et sujets à des stéréotypes négatifs » (p. 61). Pour ces derniers, « s'intégrer au *mainstream* est pour eux la seule option rationnelle » (p. 64). Dans le cadre de cette enquête, cette intégration peut se manifester dans les choix de consommation médiatique en réponse à un sentiment d'aliénation des Fransaskois vis-à-vis de la collectivité majoritaire.

Si des tensions individus-collectivité et une modalité d'appartenance négative peuvent expliquer une faible consommation de médias audios francophones, qu'est-ce qui explique que les personnes scolarisées selon un curriculum de français langue première soient plus susceptibles d'avoir une telle modalité d'appartenance que leurs pairs ayant cheminé selon un autre curriculum linguistique ? À mon avis, le contact soutenu avec la collectivité fransaskoise et ses institutions qu'auraient connu les premiers, du fait de leur éducation, augmente le potentiel de développement de tensions individus-collectivité provoquant ainsi une volonté de rejeter, à des degrés variés, la condition de minoritaire que certains peuvent juger aliénante.

Une autre hypothèse pourrait expliquer l'écart dans les habitudes de consommation de ces deux groupes de répondants et concerne davantage le format du média qui se prête bien à une consommation passive. La théorie des médias « chauds » et des médias « froids » de Marshall McLuhan (1964) est d'un intérêt particulier en ce qui concerne la présente analyse. La radio s'inscrivant dans la catégorie des médias « chauds » est un média peu interactif, car elle demande « l'investissement intense d'un sens », l'ouïe, et est davantage adaptée à une consommation individuelle. Or, la télévision, comme on le verra plus loin, appelle « un investissement mesuré de plusieurs sens [et livre] des messages incomplets qui laissent place à l'interaction » (Damon, 2016).

Von Staden et Sterzuk (2017) ont observé dans leur échantillon composé de Fransaskoises ayant subi, à des degrés variés, les effets d'une assimilation à l'anglais, que certains répondants se servaient de l'écoute radiophonique comme moyen passif de se réappropriier le français (Von Staden et Sterzuk, 2017). La nature peu interactive de la radio, selon ce qu'avance McLuhan, ferait en sorte que l'auditeur qui se sent peu apte à participer à un dialogue quelconque en raison de ce qu'il perçoit comme une inaptitude linguistique puisse néanmoins apprivoiser le message véhiculé par le média.

Ce comportement correspond à une insécurité linguistique due à un usage du français restreint dans d'autres contextes. Cela peut expliquer pourquoi les répondants ayant suivi un autre programme d'instruction que celui de français langue première consomment davantage de médias audios francophones. Vérification faite, les répondants de ce groupe sont proportionnellement moins nombreux à avoir le français comme langue d'usage à la maison. 71,4 % de ces derniers ont le français comme au moins une des langues d'usage au foyer. Ce pourcentage augmente toutefois à 96,1 % chez le groupe de



répondants ayant suivi un programme d’instruction de français langue première au primaire. D’ailleurs 3,9 % de ces derniers utilisent aujourd’hui l’anglais comme seule langue d’usage à la maison, tandis que ce pourcentage est de 21,1 % chez l’autre groupe de répondants. En revanche, en ce qui concerne le domaine professionnel, les deux groupes sont largement égaux quant à leur usage du français dans un contexte de travail.

En résumé, deux hypothèses peuvent expliquer une consommation de médias audios francophones plus faible chez les répondants scolarisés selon un curriculum de français langue première que chez leurs pairs ayant suivi un autre cursus. Premièrement, un degré d’appartenance négatif dû à un contact soutenu avec les diverses institutions de la Fransaskoisie dès leur jeunesse peut les inciter à rejeter la condition minoritaire et à intégrer la société majoritaire environnante en adoptant des habitudes de consommation médiatique correspondante. Deuxièmement, les répondants scolarisés selon un autre curriculum, se sentant aliénés par un contact plus limité avec la communauté fransaskoise en raison de leur éducation ou ce qu’ils perçoivent comme une perte de compétences langagières, peuvent être portés à une plus forte consommation de médias audios francophones, dont la radio, en raison de la nature « chaude » ou non participative de ceux-ci, dans le but de s’approprier ou se réapproprier la langue française. Dans un cas comme dans l’autre, on suppose un sentiment d’aliénation qui influence la consommation : chez les Fransaskois scolarisés en français langue première, c’est une aliénation vis-à-vis de la société majoritaire anglophone (l’exogroupe) qui est en cause ; chez les Fransaskois scolarisés selon un autre curriculum linguistique, moins nombreux à utiliser le français

dans un contexte familial, il est question d'une aliénation vis-à-vis de la communauté fransaskoise elle-même (l'endogroupe)<sup>50</sup>.

### 4.2.3 Médias audiovisuels

Il convient de souligner que les services de diffusion en continu ne cessent de supplanter les services de câblodistribution et par satellite comme technologie privilégiée par les consommateurs. En 2015, Téléfilm Canada rapportait que « les services d'abonnement à la télévision par câble et par satellite [étaient] les plateformes les plus populaires auprès des Canadiens pour regarder des films » (Téléfilm Canada, 2015). On souligne néanmoins que 40 % des Canadiens étaient abonnés à Netflix et que ce pourcentage s'accroissait lorsqu'il était question de la génération Y<sup>51</sup> qui, pour sa part, y était abonnée à une hauteur de 60 %. Or, près de 6 ans et une pandémie plus tard, en 2021, l'abonnement à des services de diffusion en continu est en voie de dépasser celui des services de télévision traditionnels. Le taux d'adoption de Netflix a bondi de 25 % selon l'étude commandée à la firme Léger par Téléfilm Canada ; l'étude souligne également que la multiplication d'abonnements à des plateformes est de plus en plus fréquente, surtout chez les 18 à 34 ans (Léger, 2021).

#### 4.2.3.1 Plateformes de diffusion

Étant donné l'engouement pour le numérique, il fallait enquêter sur les divers abonnements auxquels peuvent souscrire les Fransaskois en nommant notamment les plus grands services de diffusion en continu : YouTube, Netflix, Amazon Prime video, Apple

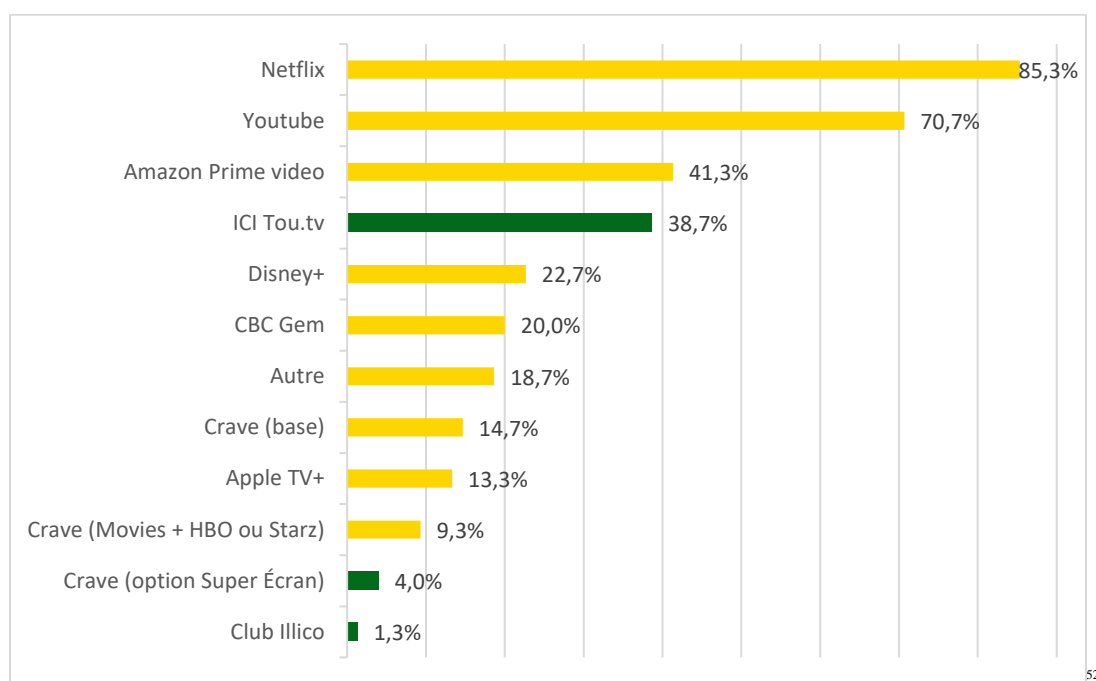
---

<sup>50</sup> En me fiant au modèle préconisé par Allard (2002) et Clément (2005), je parviens à identifier deux groupes linguistiques. D'abord, il y a l'endogroupe (la minorité francophone, en l'occurrence, la Fransaskoisie) et l'exogroupe (la majorité anglophone) (Allard, 2002 ; Clément *et al.*, 2005).

<sup>51</sup> La génération Y, appelée aussi milléniale, désigne « ceux qui sont nés entre 1980 et 1995 (certains étendent cette limite à 1999) » (Lavallard, 2019).

TV+ et Disney+. Comme l'objectif de cette enquête est de connaître les habitudes de consommation des Fransaskois spécifiquement en ce qui a trait aux contenus francophones, j'ai également répertorié les services de diffusion en continu exclusifs au marché canadien, dont certains qui proposent une programmation partiellement ou entièrement de langue française : ICI Tou.tv, CBC Gem, Club Illico, et Crave (qui offrait, au moment de réaliser l'enquête, un abonnement de base avec la possibilité d'ajouter les options Super Écran et Movies + HBO ou STARZ).

Figure 24 : Plateformes utilisées pour accéder à des contenus télévisuels ou cinématographiques en format numérique



Netflix domine en ce qui concerne le choix d'abonnements des répondants. 85,3 % de ces derniers disent utiliser le service pour accéder à des contenus télévisuels et cinématographiques ; il est suivi de YouTube (70,7 %) et Amazon Prime video (41,3 %). Le service de Radio-Canada, ICI Tou.tv, se classe quatrième en étant utilisé par 38,7 % des

<sup>52</sup> Les barres vertes représentent les plateformes avec public cible francophone.

répondants. Les autres plateformes francophones recensées n'ont visiblement pas la cote chez les Fransaskois. Seulement 4,0 % des répondants sont abonnés au forfait francophone de Crave, et 1,3 % à Club Illico (Fig. 28).

Il est à noter que, bien que Netflix offre une prépondérance de contenus anglophones au Canada, la société investit depuis quelques années dans la diversification des contenus sur les plans régional et linguistique, offrant une programmation partielle en version originale française (VOF), dont quelques productions originales canadiennes. Les répondants aux entrevues ont d'ailleurs signalé privilégier Netflix comme plateforme pour accéder à des contenus en VOF. En outre, Netflix, ainsi que d'autres plateformes comme Amazon Prime video et Crave, offrent la possibilité de regarder des contenus doublés en français. Je n'ai pas posé la question à savoir si les répondants visionnent des contenus doublés. Cependant, compte tenu du taux de bilinguisme élevé de l'échantillon et les réponses indiquant que les répondants consomment davantage de contenus de langue anglaise, il me paraît raisonnable de conclure que lorsque les répondants ont la possibilité de regarder un film ou une émission en version originale anglaise (VOA), et dont une version doublée en français existe, ils opteront pour visionner le contenu dans la langue d'origine, soit l'anglais.

Il est à noter que l'ajout de la catégorie « Autre » aux choix de réponse devait permettre aux répondants de préciser les plateformes ou services de diffusion ne figurant pas dans les choix proposés, mais qu'ils utilisent pour accéder à des contenus audiovisuels. Parmi les services de diffusion en continu recensés, la chaîne de télévision francophone *Noovo*

apparaît à trois reprises<sup>53</sup>. Réseau de télévision privé canadien appartenant à l'entreprise Bell Média, Noovo.ca existe dans le paysage médiatique canadien francophone depuis 2016. Basée au Québec, la plateforme en ligne a été développée dans le but de concurrencer l'offre télévisuelle numérique de diffusion en continu. Les contenus sont accessibles par le biais de son site Internet et son application mobile. D'ailleurs, la plateforme Crave, qui appartient également à Bell Média, sert à la diffusion de contenus sélectionnés de la chaîne Noovo.

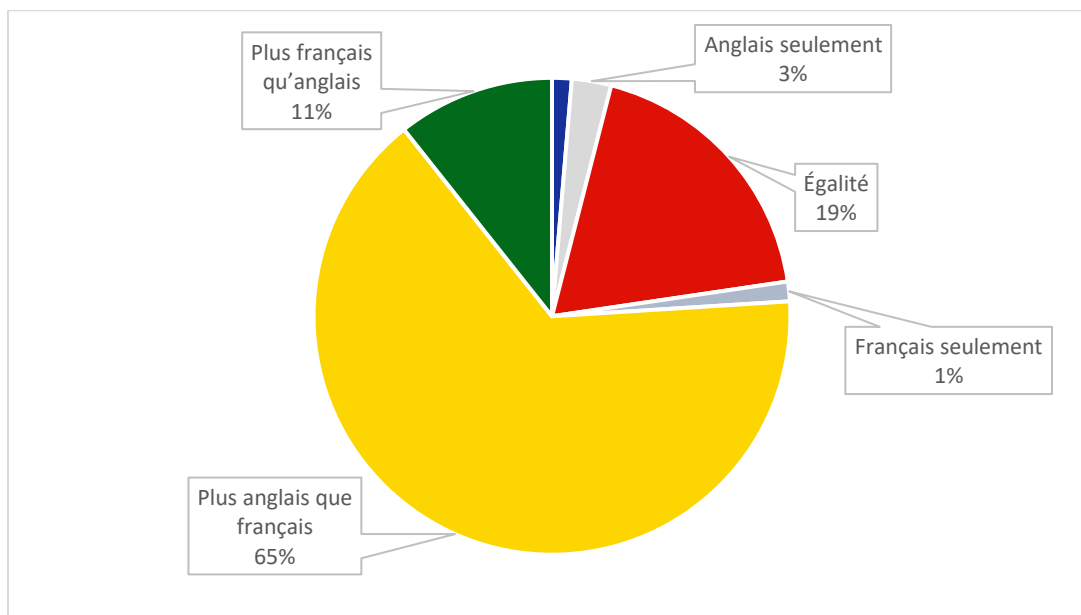
#### **4.2.3.2 Langues de consommation**

Comme pour les autres médias, j'ai demandé aux répondants de quantifier la proportion dans laquelle ils regardaient des contenus télévisuels ou cinématographiques en français ou en anglais, en leur proposant un choix de réponses (Fig. 29). 65 % des répondants affirment regarder ces contenus surtout en anglais, et 19 % disent consommer ces médias autant en français qu'en anglais. 11 % des répondants disent en consommer surtout en français. Une minorité de répondants disent en écouter uniquement en anglais (3 %) ou uniquement en français (1 %).

---

<sup>53</sup> Les autres services de diffusion en continu recensés sont Britbox, Popcorn Time et Tubi, qui offrent des contenus de langue anglaise.

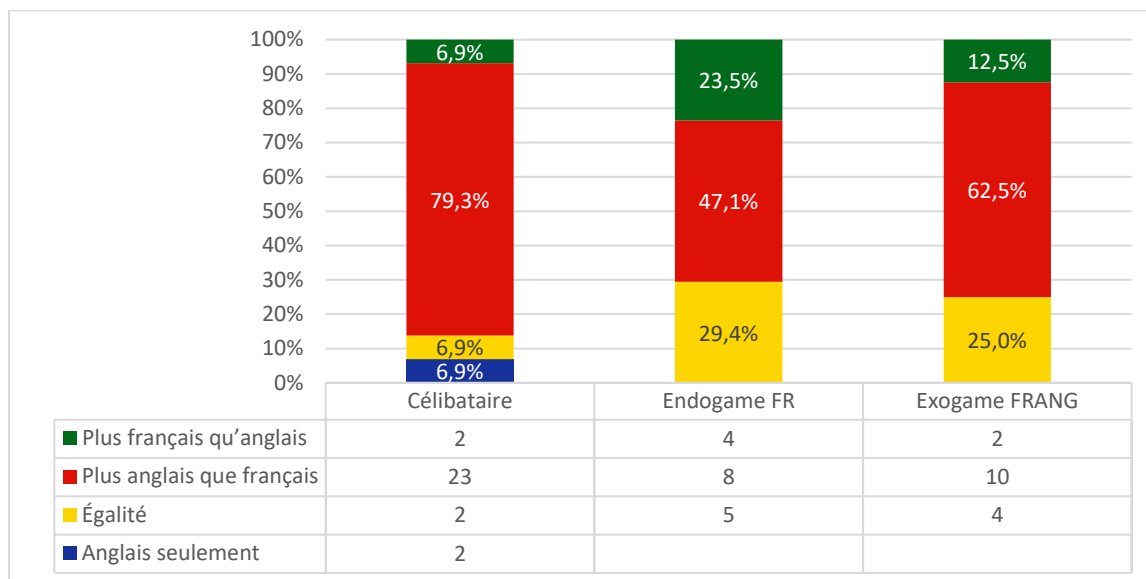
Figure 25 : Langue dans laquelle les médias audiovisuels sont consommés



#### 4.2.3.3 Langue de consommation en fonction de la situation familiale

À l'instar des analyses précédentes, j'ai traité les données concernant les proportions de consommation en anglais ou en français en relation avec l'exogamie anglo-franco ou l'endogamie francophone qui caractérise le milieu familial des répondants à l'heure actuelle (Fig. 30). Tout comme c'était le cas avec les médias audios, c'est le groupe des célibataires qui consomme le plus de médias audiovisuels anglophones et le groupe endogame francophone qui consomme le plus de contenus francophones. De plus, la proportion de contenus de langue anglaise consommés augmente chez le groupe exogame anglo-franco, comparativement au groupe endogame francophone. Seuls les célibataires indiquent consommer des contenus audiovisuels uniquement en anglais, et aucun répondant figurant dans ces trois catégories n'affirme en consommer uniquement en français.

Figure 26 : Langues de consommation en fonction de la composition linguistique du milieu familial actuel



Comme Landry, Deveau et Allard (2006) ont observé un lien entre l'exogamie et la position identitaire sur une échelle allant de « Identité francophone forte/identité bilingue faible » à « Identité anglophone forte/identité bilingue faible » (p. 72) et que le positionnement sur cette l'échelle « est fortement associé à l'usage des médias francophones » (Landry *et al.*, 2006b), j'ai appliqué l'analyse à la composition linguistique du milieu familial au moment où les répondants résidaient encore au foyer parental. Malgré le fait que les sous-groupes identifiés soient largement inégaux au niveau du nombre de répondants, la majorité des répondants ayant grandi au sein d'un foyer endogame francophone, certains constats peuvent être faits.

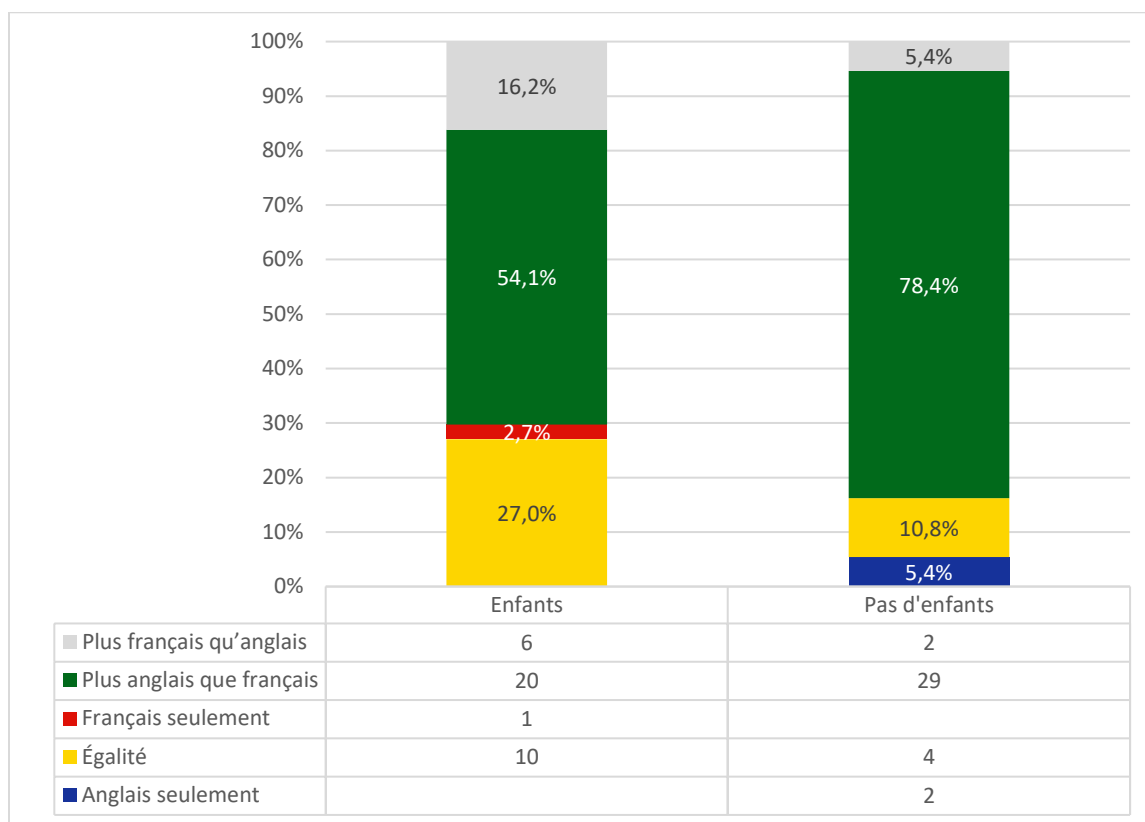
D'abord, je constate que les répondants ayant grandi dans un foyer exogame anglo-franco sont les seuls à affirmer consommer des médias audiovisuels plus en français qu'en anglais. Or, la proportion d'écoute surtout en anglais est la plus élevée de tous les groupes, à l'exception de celle des répondants issus de foyers endogames anglophones. Ces derniers sont d'ailleurs les seuls à affirmer consommer des contenus uniquement en anglais. Quant

à la consommation exclusivement francophone, un seul répondant issu du groupe dont les parents n'ont comme langue maternelle ni l'anglais ni le français dit en faire. C'est chez ce dernier groupe, ainsi que chez celui dont l'un des parents a une autre langue que le français ou l'anglais comme langue maternelle et dont l'autre est francophone, que j'observe la plus grande proportion de répondants qui disent consommer autant de médias audiovisuels francophones qu'anglophones.

Outre la situation conjugale, la parentalité est susceptible d'exercer une influence sur les choix de consommation des répondants. La plupart des répondants qui disent avoir des enfants les avaient inscrits dans un programme d'instruction de français langue première, ce qui aurait un impact sur le degré d'appartenance à la communauté francophone et dicterait en quelque sorte le comportement vis-à-vis de l'usage des médias. En effet, j'observe que la proportion de consommation surtout ou uniquement en anglais est plus élevée chez les répondants sans enfant (83,3 %) que chez ceux qui en ont (54,1 %) (Fig. 31). D'ailleurs la proportion de répondants qui affirment consommer autant de médias audiovisuels en français qu'en anglais est nettement plus élevée chez le groupe avec enfants (27,0 %) que chez celui sans (10,8 %). Enfin, ce qui oppose les deux groupes, c'est la consommation exclusivement dans l'une ou l'autre des langues. Le groupe avec enfants accuse une proportion de consommation seulement en français de 2,7 %, tandis que celui sans enfants ferait du visionnement uniquement en anglais dans une proportion de 5,4 %.



Figure 27 : Langues de consommation en fonction de la parentalité

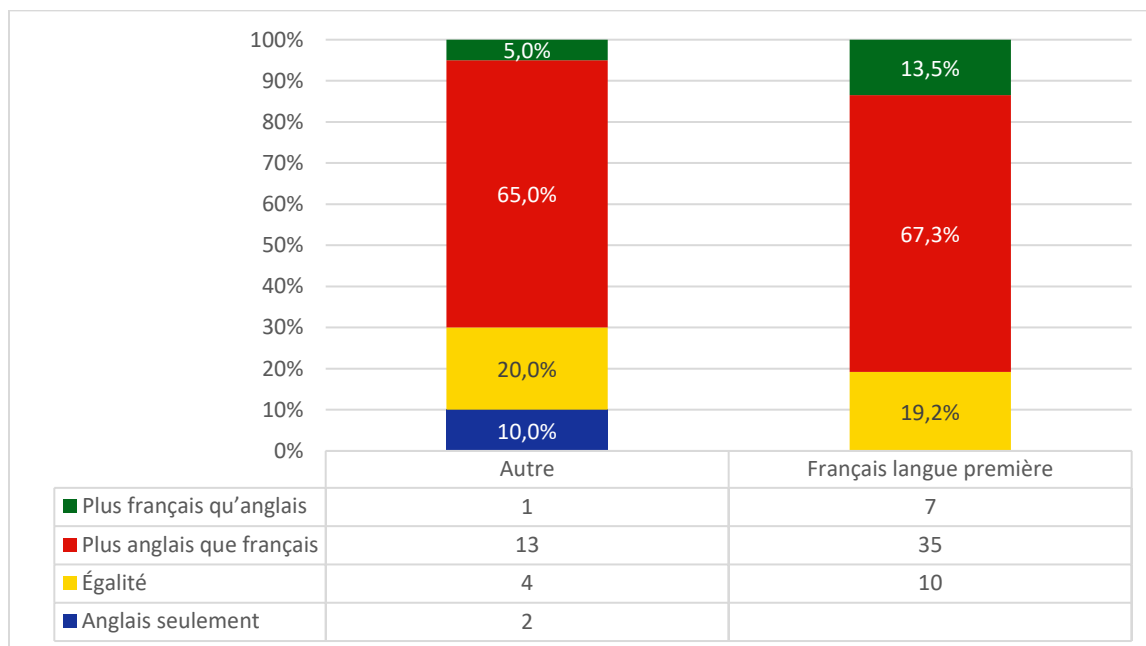


#### 4.2.3.4 Langues de consommation en fonction du programme d'instruction

Contrairement à ce qui a été observé sur le plan des médias audios, ce sont les répondants qui ont suivi un programme d'instruction de français langue première à l'école primaire qui consomment proportionnellement le plus de médias audiovisuels de langue française. L'écart entre les résultats de ce groupe et ceux du groupe ayant suivi un parcours scolaire alternatif n'est pas immense. Ce qui modifie les proportions est la consommation uniquement de langue anglaise observée chez le groupe scolarisé selon un régime linguistique autre que celui de français langue première (Fig. 32). Ce pourcentage s'établit à 10,0 %, soit sensiblement le même écart observé quant à la consommation surtout de langue française (13,5 % chez le groupe scolarisé en français et 5,0 % chez le groupe « Autre »). La proportion de consommation uniquement ou surtout de langue anglaise

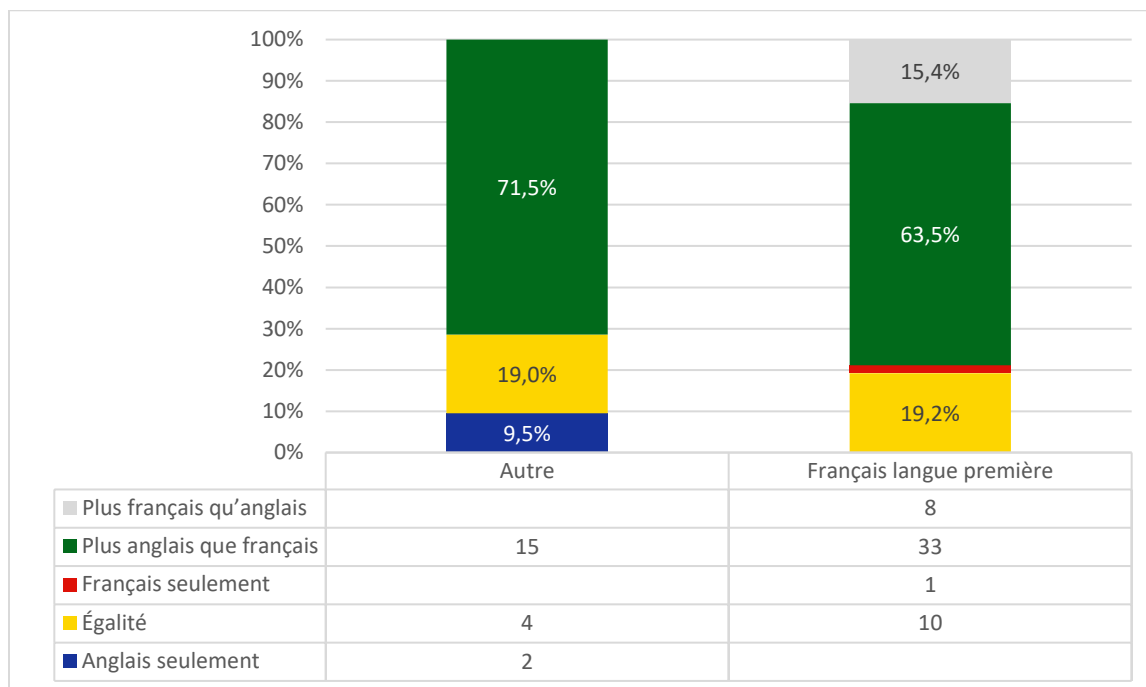
s'établit donc à 75 % chez ce dernier groupe, tandis qu'elle est de 67,3 % (plus anglais que français, aucun répondant n'affirmant visionner uniquement des contenus anglophones) chez le premier groupe.

Figure 28 : Langues de consommation en fonction du programme d'instruction au primaire



L'écart se creuse davantage lorsqu'on regarde les résultats en fonction du programme d'instruction au secondaire, le groupe scolarisé dans un programme de français langue première consommant davantage de médias de langue française (Fig. 33). Ce dernier groupe affirme effectivement adhérer à une consommation uniquement ou surtout de langue française dans une proportion de 17,3 %, tandis que ce pourcentage est nul chez l'autre groupe qui, à l'opposé, affirme adhérer à une consommation exclusivement anglophone dans une proportion de 9,5 %. Ce dernier groupe affirme d'ailleurs consommer surtout des contenus de langue anglaise dans une proportion de 71,5 %, tandis que ce pourcentage diminue chez le premier groupe pour s'établir à 63,5 %.

Figure 29 : Langues de consommation en fonction du programme d'instruction au secondaire



Comment expliquer l'inversion de cette tendance en fonction du type de média consommé ? Dans la section précédente sur les médias audios, j'estime que l'écart s'explique par un sentiment d'aliénation qu'éprouvent les Fransaskois vis-à-vis de l'endogroupe franco-minoritaire ou l'exogroupe anglo-majoritaire dont il a été question précédemment (p. 109 - 110). D'une part, ce sentiment peut être vécu par rapport à la société majoritaire et pousse l'individu vers un rejet des biens culturels de la minorité. D'autre part, l'aliénation peut être vécue par rapport à la minorité elle-même en raison d'une incapacité (imaginaire ou réelle) de s'intégrer à celle-ci de manière légitime. L'individu développe des stratégies pour atténuer ce sentiment d'aliénation, comme l'écoute passive de la radio.

Les résultats concernant les médias audiovisuels donneraient raison à l'analyse selon laquelle la nature « froide » du média, qui incite davantage à l'interaction avec celui-

ci en sollicitant plusieurs sens simultanément, influence le comportement des répondants. À l'opposé de ce qui a été observé sur le plan des médias audios, les répondants qui sont réputés utiliser le français dans une plus grande diversité de contextes consomment plus de médias audiovisuels francophones. Le degré d'engagement sensoriel et le caractère participatif des médias télévisuels et cinématographiques font en sorte que le média peut difficilement être consommé de manière passive, comme c'est le cas avec la radio ou la musique.

En ce qui concerne mon échantillon, ce n'est pas un degré d'appartenance négatif caractérisé par un rejet conscient ou inconscient des médias francophones qui explique les habitudes de consommation médiatique, mais bien le format des médias. Ceux-ci sont consommés à des degrés variés en fonction du contexte et de la capacité d'interaction de l'auditeur. D'ailleurs, comme il a été énoncé précédemment, les participants aux entrevues ont tous, sans exception, affirmé regarder la télévision ou visionner des films dans des contextes sociaux. Dans la mesure où les répondants vivent avec d'autres francophones (conjoint, colocataire, parents), le potentiel de se divertir ou de s'informer en français s'accroît.

Néanmoins, pour l'ensemble des répondants, la prépondérance des contenus anglophones est évidente. À mon avis, c'est surtout l'effet de la disponibilité et la représentativité des médias audiovisuels francophones qui sont en cause. Certes, il a été question précédemment de l'identité bilingue qui favorise la participation à la société majoritaire et le sentiment d'appartenance qui se manifeste par la consommation des biens culturels. Or, les médias francophones n'ont pas un poids égal en raison du contexte de diglossie dans lequel les Fransaskois se trouvent.

### 4.3 Perceptions des médias

En plus de procéder à une vérification quantitative quant à la consommation plus ou moins forte de médias francophones chez les Fransaskois, j'ai voulu confirmer, ou infirmer, si les perceptions des médias des répondants sont surtout négatives quant à la représentativité, la qualité et l'accessibilité. Les répondants ont été invités à indiquer le degré avec lequel ils sont d'accord avec une série d'énoncés relatifs à la représentativité, l'accessibilité et la qualité des médias. L'échelle proposée était la suivante :

- Fortement d'accord
- Plutôt d'accord
- Neutre
- Plutôt en désaccord
- Fortement en désaccord

D'abord, en ce qui concerne la méthode d'analyse, plusieurs répondants ont répondu « neutre » à ces questions. J'ai choisi d'écarter ces réponses de l'analyse en raison de la difficulté d'interprétation concernant ce qui représente la neutralité aux yeux des répondants. Est-ce l'indifférence ? Ces répondants n'ont-ils pas d'avis à donner parce qu'ils ne consomment aucun des médias désignés ? Choisissent-ils plutôt la réponse « neutre » comme signe d'abstention ? Pour mieux traiter les données, je vais donc m'en tenir aux réponses qui indiquent concrètement le niveau d'accord avec les énoncés proposés.

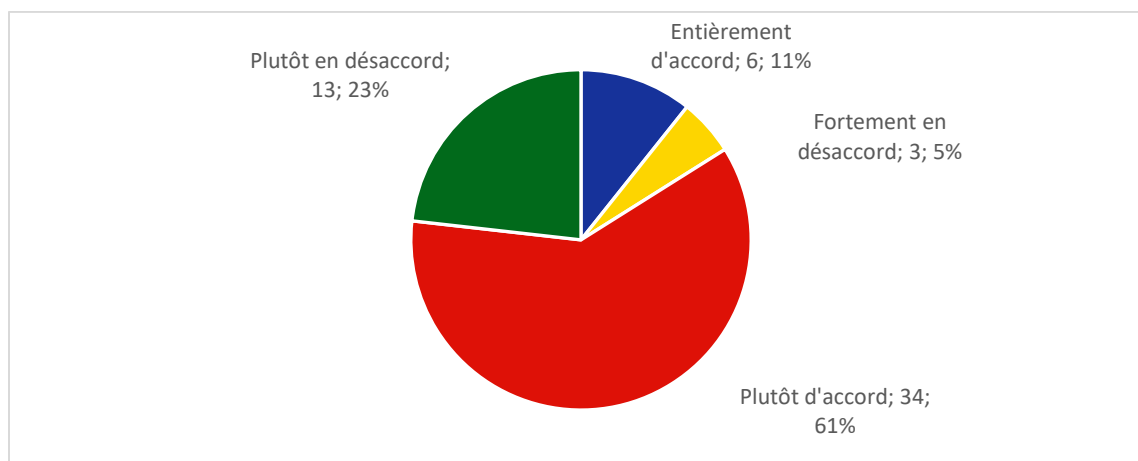
L'exclusion des réponses ambiguës, ainsi que la répartition inégale des sous-groupes ne permettent pas de faire une analyse approfondie des réponses en lien avec des facteurs démographiques, comme ce fut le cas dans les segments précédents concernant la consommation médiatique. Néanmoins, une présentation globale des réponses permet de faire plusieurs observations sommaires quant à la perception des médias francophones

par les répondants. De plus, comme il sera expliqué plus loin, ces réponses ont servi à la sélection des participants aux entrevues et informent l'analyse plus approfondie des discours de ces derniers.

#### 4.3.1 Représentativité des médias

À l'énoncé « Les médias francophones saskatchewanais me représentent », 56 réponses ont été retenues, 19 répondants sur 75 ayant indiqué « neutre » comme réponse. Une majorité de répondants affirment être plutôt ou fortement d'accord avec l'énoncé (72 %), tandis que 28 % des répondants estiment que les médias francophones saskatchewanais ne sont pas représentatifs (Fig. 34).

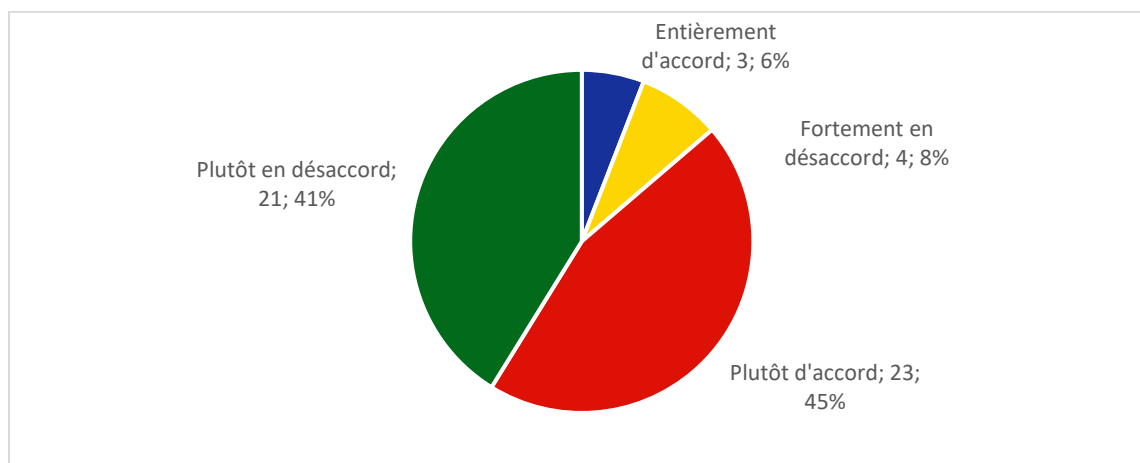
Figure 30 : Les médias francophones saskatchewanais me représentent (réponses)



Le nombre de répondants qui considèrent que les médias francophones les représentent diminue au fur et à mesure que la portée des médias s'élargit et s'éloigne du contexte régional. Dans le cas des médias saskatchewanais, une majorité s'y voit représentée, tandis que dans celui des médias canadiens, les réponses sont mitigées (Fig.

35). Près de la moitié des répondants<sup>54</sup> trouve que ceux-ci sont représentatifs, tandis que l'autre moitié estime l'inverse.

Figure 31 : Les médias francophones canadiens me représentent (réponses)

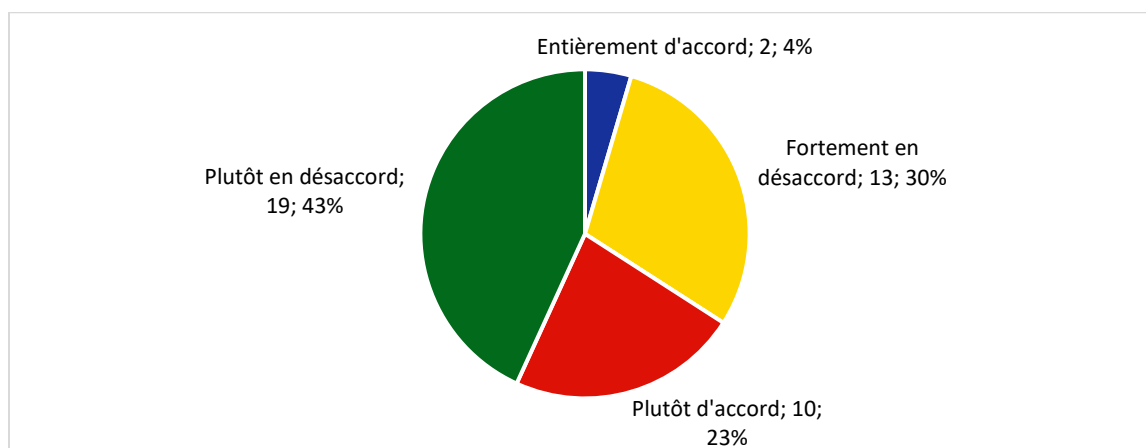


Le nombre de répondants trouvant que les médias sont représentatifs s'amenuise considérablement lorsqu'il est question de médias d'une portée internationale. En effet, 73 % des répondants<sup>55</sup> sont plutôt ou fortement en désaccord avec l'énoncé selon lequel les médias francophones internationaux les représentent (Fig. 36). Ces résultats étaient attendus, puisque l'éloignement de l'individu correspond à l'éloignement du pouvoir de représentation des médias. Dans la mesure où l'individu s'identifie à une minorité, il est attendu que cette diminution du pouvoir de représentation soit encore plus marquée. Ceci est censé être le cas de chacun de répondants, les textes de sollicitation et de consentement indiquant que l'enquête s'adresse aux personnes s'identifiant en tant que Fransaskois ou Fransaskoise.

<sup>54</sup> La totalité des 75 répondants a choisi de répondre. Sur ce nombre, 24 ont répondu « neutre ».

<sup>55</sup> 31 répondants sur 75 ont répondu « neutre ».

Figure 32 : Les médias francophones internationaux me représentent (réponses)



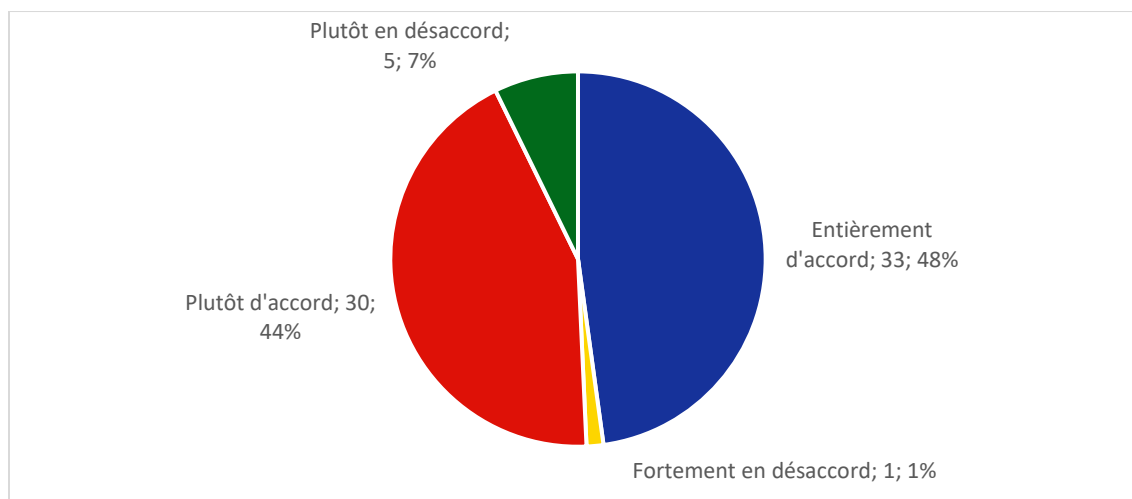
Il convient ici de faire état des limites de l'enquête en ce qui concerne la compréhension de cette notion de représentativité qui peut se distinguer d'un répondant à l'autre. Comme l'enquête concerne les Fransaskois et le rapport des médias avec la construction identitaire en milieu francophone minoritaire, il était d'intérêt pour moi de déterminer si les répondants s'y voyaient représentés sur le plan identitaire. De plus, l'actualité du milieu francophone ayant témoigné dans les dernières années d'une frustration à l'égard de l'absence de personnalités et de discours franco-minoritaires, ainsi que d'une incompréhension et d'un désintéressement perçus à l'égard des enjeux les concernant dans les médias francophones nationaux (Pierroz, 2018), connaître l'avis des répondants en ce qui concernait la représentativité s'imposait afin de mieux cerner les problèmes courants et déterminer des pistes de solutions possibles. Il est néanmoins possible que certains répondants aient interprété les énoncés, et plus particulièrement l'expression « me représentent », en donnant un sens plus pragmatique à la formulation, associant ceux-ci davantage à une représentation de sa réalité quotidienne et non de son identité.



À vrai dire, dans l'intérêt de cibler davantage la perception des répondants en ce qui concerne la représentation de cette « réalité quotidienne », j'ai jugé bon de formuler une question concernant précisément l'actualité fransaskoise. Bien que l'enquête vise à étudier le rapport des Fransaskois avec l'ensemble des médias francophones, j'ai jugé utile, pour des fins de synthèse, de cibler uniquement l'actualité régionale. Ainsi j'évitais de prolonger au-delà du raisonnable la longueur du sondage et le temps qu'il faudrait pour y répondre, ce qui aurait pour effet de retenir l'engagement de la population ciblée par l'enquête.

À l'énoncé « l'actualité francophone saskatchewanaise me concerne », seulement six répondants ont indiqué un niveau d'accord « neutre », laissant un échantillon de 69 répondants. Sur ce nombre, la grande majorité (92 %) estime que l'actualité francophone provinciale les concerne (Fig. 37).

Figure 33 : L'actualité francophone saskatchewanaise me concerne (réponses)



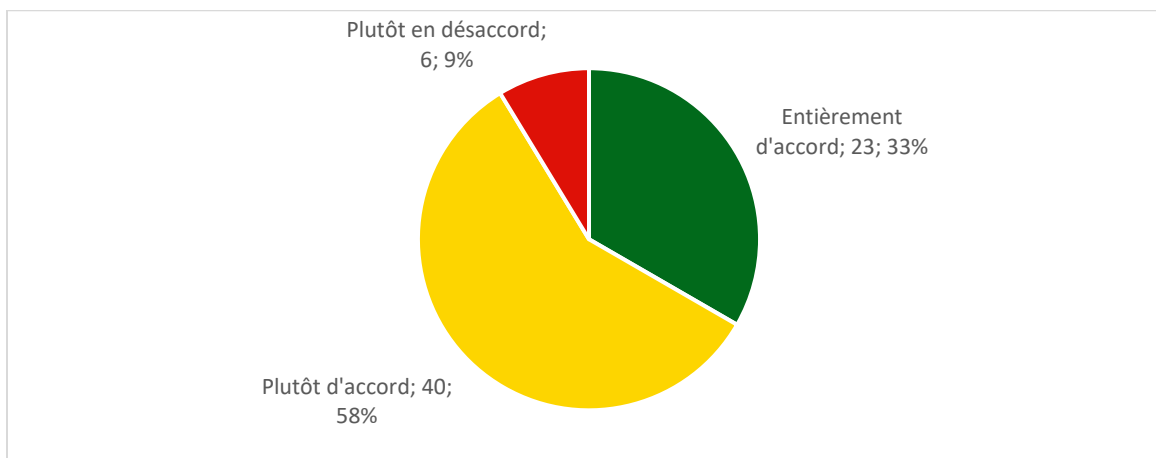
Ce pourcentage est donc plus élevé que celui des répondants d'accord avec l'énoncé concernant la représentativité des médias fransaskois. Donc, la représentativité du média, supposons sur le plan identitaire, ne correspond pas en tous points à la perception d'une

représentation de la réalité quotidienne des répondants. Il convient de rappeler que 51 % des répondants sont nés à l'extérieur de la Saskatchewan (p. 66). De plus, 12 % des répondants vivent à l'extérieur de la province (p. 68). Il est alors possible qu'un pourcentage plus élevé de personnes éprouvent de la difficulté à se reconnaître sur le plan identitaire en raison d'origines (lieu de naissance) non saskatchewanaises, mais qu'ils voient plus facilement leur réalité quotidienne représentée dans les médias francsaskois, puisqu'ils vivent dans la province. Le degré d'appartenance au territoire entre alors en ligne de compte lorsqu'il est question de l'actualité et de l'identification aux médias. Comme une personne née à l'extérieur de la Saskatchewan peut se sentir interpellée par l'actualité saskatchewanaise, sans forcément s'y voir représentée sur le plan identitaire, un Fransaskois né dans la province, mais qui vit maintenant ailleurs peut s'y reconnaître sur le plan identitaire, mais pas sur celui de la réalité quotidienne.

#### ***4.3.2 Accessibilité des médias***

Les répondants sont largement d'accord avec l'énoncé selon lequel les médias francophones sont accessibles. Six répondants ont répondu « neutre », laissant un échantillon de 69. Un nombre marginal de répondants se disent en désaccord avec l'énoncé, et le tiers se dit fortement d'accord avec celui-ci (Fig. 38). Les discours des participants aux entrevues témoignent notamment d'une diversité de facteurs qui contribuent à une plus ou moins grande accessibilité des médias francophones, notamment la disponibilité, le coût et même l'adaptabilité aux besoins du marché visé.

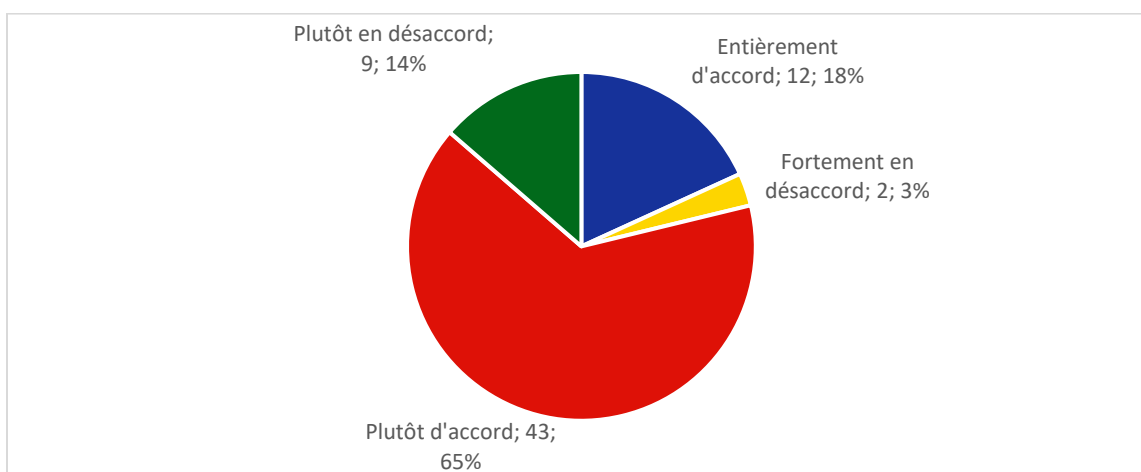
Figure 34 : Les médias francophones sont accessibles (réponses)



### 4.3.3 Qualité des médias

En réponse à l'énoncé « les médias francophones sont de qualité », seulement 17 % des répondants<sup>56</sup> sont en désaccord (14 % plutôt en désaccord, 3 % fortement en désaccord). La grande majorité de l'échantillon estime que les médias francophones sont de qualité (Fig. 39).

Figure 35 : Les médias francophones sont de qualité (réponses)



<sup>56</sup> Neuf répondants ont indiqué « neutre » comme réponse à l'énoncé, laissant un échantillon de 66.  
Copyright © Trevor Grey – Médias et vitalité sociolinguistique en Fransaskoisie – 2023

Tout comme la question précédente concernant l'accessibilité, l'énoncé en question ne donne aucune précision quant à l'origine ou la portée géographique des médias. Je n'ai pas voulu faire de distinction quant à la provenance de ceux-ci, préférant connaître l'avis des répondants de manière générale à l'égard de la qualité. Sachant que certains répondants peuvent en consommer uniquement à l'échelle régionale, nationale ou internationale, et dans l'intérêt de limiter la longueur du questionnaire, j'ai choisi d'accorder aux répondants la liberté d'interprétation en fonction de leur propre familiarité ou non-familiarité avec les médias francophones. Certains répondants ont donc possiblement répondu à la question en tenant compte, par exemple, uniquement de leurs perceptions des médias fransaskois ou canadiens, estimant néanmoins que les médias de provenance française sont d'une qualité supérieure. L'analyse des entrevues semi-dirigées, qui sera présentée dans les pages qui suivent, permettra justement de mieux cerner les perceptions à l'égard des médias.

## 5 ENTREVUES SEMI-DIRIGÉES : ANALYSE

Les entrevues semi-dirigées avec les cinq répondants retenus ont été réalisées en visioconférence sur l'application Microsoft Teams entre le 19 et le 26 juillet 2021, à partir de mon bureau à domicile, et ont duré environ 120 minutes chacune<sup>57</sup>. Les répondants étaient seuls au moment de participer à l'entrevue et semblaient se trouver dans un endroit libre de distractions. Au début de l'entrevue, ils ont été informés du fait que celle-ci serait enregistrée, afin de pouvoir m'y référer dans le but de reproduire les citations fidèlement dans le présent travail de recherche. J'ai également rappelé aux répondants la nature volontaire de leur participation et le fait qu'ils avaient le droit de mettre fin à l'entrevue à n'importe quel moment ou de s'abstenir de répondre à certaines questions s'ils ne se sentaient pas à l'aise de le faire<sup>58</sup>. Ces entrevues, dont je ferai le compte rendu dans le présent segment, ont servi à approfondir les réponses aux questions posées dans le sondage en ligne afin de corroborer ou d'infirmer, grâce à des données qualitatives, les observations et les hypothèses formulées à cette étape de l'enquête.

Pour débiter l'analyse, j'expliquerai la méthode de sélection des participants aux entrevues qui s'est faite en fonction des réponses en lien avec les questions concernant la perception des médias. En deuxième lieu, je présenterai un bref résumé du profil démographique des participants retenus pour les entrevues. Ensuite, l'analyse du discours s'articulera autour des trois pôles de perceptions des médias identifiées, soit la représentativité, l'accessibilité et la qualité.

---

<sup>57</sup> Voir détails sur la méthode de collecte à la page 57 du présent mémoire.

<sup>58</sup> Aucun répondant n'a choisi de mettre fin à l'entrevue ni s'est abstenu de répondre à l'une ou à l'autre des questions posées.

## 5.1 Choix de répondants

Conformément à la méthodologie exposée précédemment, j'ai sélectionné aléatoirement mes interlocuteurs parmi les répondants s'étant portés volontaires à participer à une entrevue. Vu le grand nombre de répondants qui ont signalé leur intérêt (37 personnes, soit 49 % des répondants), j'ai ciblé des répondants dont la perception des médias, que ce soit sur le plan de la représentativité, de l'accessibilité ou de la qualité de ceux-ci, était plutôt négative. Plus précisément, ce sont ceux et celles ayant répondu être « Plutôt en désaccord » ou « Fortement en désaccord » avec l'une ou l'autre des six propositions concernant les perceptions des médias qui ont été identifiés en filtrant l'ensemble des réponses collectées. Ce choix me paraît censé, puisqu'il est notamment question ici d'expliquer une faible adhésion à une consommation médiatique francophone chez les Fransaskois, et ainsi mettre en évidence les défis auxquels les médias francophones en milieu minoritaire sont confrontés. Les répondants dont la perception des médias francophones est plutôt négative seraient alors plus susceptibles de partager leurs perceptions quant aux faiblesses de l'offre médiatique francophone et potentiellement des pistes de solution à celles-ci.

À partir de cet échantillonnage, j'ai pu confirmer la participation de cinq répondants aux entrevues<sup>59</sup>. Parmi les participants retenus, je compte deux personnes nées en Saskatchewan, deux nées au Québec, et une née à l'étranger. Par ailleurs, deux de ces personnes sont âgées de plus de 35 ans et trois sont âgées de moins de 35 ans. Un répondant vit à Ottawa, tandis que les autres demeurent en Saskatchewan. Trois répondants sont issus

---

<sup>59</sup> Comme je l'ai expliqué précédemment, j'avais comme objectif d'atteindre six participants. Par contre, après plusieurs tentatives de coordination auprès de plusieurs participants qui sont restées sans réponse, j'ai dû, en raison des contraintes temporelles, me contenter de la participation de cinq personnes.

de foyers endogames francophones, un d'un foyer endogame de langue autre que l'anglais et le français, et un d'un foyer endogame anglophone. Quant à la situation familiale actuelle, deux des répondants vivent en union de fait avec un partenaire anglophone, deux sont en situation de colocation avec un ou plusieurs cohabitants anglophones (un de ces répondants dit avoir une petite amie fransaskoise et l'autre une petite amie anglophone), et un vit au domicile de ses parents francophones.

Afin de préserver l'anonymat des participants, un pseudonyme a été attribué à chacun d'eux. De plus, aucune information directement identificatoire ne sera présentée dans les sections qui suivent.

## 5.2 Marie

Marie est une personne retraitée âgée de 55 à 64 ans originaire du Québec et dont la première langue parlée est le français. Marie est issue d'une famille endogame francophone. La langue d'usage était le français lorsqu'elle résidait au foyer parental. Elle parle couramment le français et l'anglais, et elle dit avoir des connaissances théoriques en espagnol, en allemand et en norvégien. Scolarisée en français au primaire et au secondaire, elle a appris l'anglais à l'école au Québec et s'en est servi lorsqu'elle a travaillé en tant que guide touristique dans sa jeunesse. Ses études universitaires se sont faites surtout en français. Elle a cependant fait une partie de ses études à l'Université McGill, en anglais.

Aujourd'hui à la retraite, Marie demeure à Régina où elle s'était installée pour poursuivre une carrière au sein de Radio-Canada. Elle y a fondé une famille avec son conjoint de langue maternelle anglaise. Ce dernier comprend des « *simple commands* (directives simples) » en français, sans toutefois parler la langue. Marie est mère de deux enfants qui sont maintenant adultes et qui ont fréquenté l'école francophone.

Lorsqu'interrogée sur les langues d'usage à la maison, elle dit qu'à la table, elle parlait en français avec ses filles en prenant soin de traduire de temps à autre pour son mari. Quant à la langue utilisée lorsqu'elle communique avec ses enfants, elle dit que ces dernières « n'oseraient jamais [lui] répondre » dans une autre langue que le français.

Au sujet de son lien d'appartenance à la fransaskoisie, elle dit faire une distinction entre « communauté francophone » et « fait français » en Saskatchewan. Selon elle, ce qui se passe au sein de la communauté « n'est pas *jo-jo* » ces derniers temps. Elle précise d'ailleurs être « allergique » au terme « communauté », car cela réfère davantage au réseau associatif ou institutionnel. Sur le plan identitaire, elle dit se considérer davantage comme Saskatchewnaise que Fransaskoise, surtout lorsqu'elle est au Québec, notamment en raison de la méconnaissance de ce qu'est un Fransaskois pour « éviter de tomber dans les explications ». Elle est membre de l'ACF et de l'ACFR<sup>60</sup>, mais n'est pas impliquée au niveau de la direction. Elle a toutefois été membre du conseil d'administration des Éditions de la nouvelle plume.

Quant à sa consommation de médias, Marie dit en consommer en anglais et en français à des degrés variés, selon le type de média.

Tableau 1 : Réponses de Marie aux questions concernant la consommation des médias

Dans quelle proportion lisez-vous en français ou en anglais?	Égalité
Dans quelle proportion écoutez-vous la radio en français ou en anglais?	Plus français qu'anglais
À quelle fréquence écoutez-vous de la musique francophone?	Quotidiennement
Dans quelle proportion regardez-vous des contenus télévisuels ou cinématographiques en français ou en anglais?	Plus anglais que français

<sup>60</sup> Association canadienne-française de Regina.



En ce qui a trait aux médias écrits, Marie affirme être une adepte de Radio-Canada pour les contenus d'information. Elle mentionne s'intéresser aux nouvelles économiques et aux « affaires importantes du monde qui nous entoure ». Elle est catégorique lorsqu'elle dit ne plus lire l'*Eau vive*. Son choix s'explique par la perception d'une ligne éditoriale qui a tendance à décrier le service d'information de Radio-Canada en Saskatchewan. Marie explique que le mandat du service d'information de Radio-Canada est « de poser des questions aux organismes qui reçoivent de l'argent du gouvernement pour savoir s'ils l'ont utilisé à bon escient, [et que cela] dérange ». Selon elle, cette dynamique contribue à des tensions et à la perception que Radio-Canada ne cherche que des « mauvaises nouvelles et ne font pas de bonnes nouvelles ». Les chroniqueurs de l'*Eau vive* ayant l'habitude d'étaler cette perception dans les pages du journal est ce qui a fait en sorte que Marie le délaisse.

L'adhésion de Marie à une consommation radio-canadienne ne se limite pas aux médias écrits. Elle dit avoir l'habitude depuis de nombreuses années de syntoniser Radio-Canada le matin lorsqu'elle est à la maison et que cela joue jusqu'à ce qu'un chroniqueur ou un reportage qu'elle juge comme étant moins intéressant ou « fatigant » entre en ondes. Cette pratique est bien ancrée dans ses habitudes, disant que depuis sa naissance « la radio de Radio-Canada est allumée à la maison ». Sur l'écoute radiophonique anglaise, elle dit tout simplement « ça ne me tente pas de me faire parler en anglais à la radio ».

Si l'écoute radiophonique se fait aux heures matinales « en soirée, c'est la télé ». Disant qu'elle n'est pas une « grande amatrice du cinéma », c'est son mari qui gère les abonnements télévisuels. En réponse au sondage, elle dit être abonnée à Netflix, Amazon Prime video, Apple TV+ et Britbox. Sa consommation de contenus télévisuels se fait donc surtout en anglais, « parce que si [elle] veu[t] passer du temps avec [s]on conjoint, c'est en

anglais ». Elle regarde des émissions francophones de Radio-Canada en rattrapage lorsque son conjoint n'est pas présent. Le témoignage de Marie corrobore l'hypothèse selon laquelle la consommation de contenus télévisuels s'effectue dans un contexte social, et que, dans le cas d'unions exogames anglo-franco, on opterait davantage pour le visionnement de contenus de langue anglaise, surtout dans la mesure où le français ne constitue pas une langue commune.

En ce qui concerne ses perceptions des médias, c'est sur le plan de leur représentativité que Marie manifeste son désaccord avec les énoncés proposés. Si elle est plutôt d'accord avec le fait que les médias francosaskois sont représentatifs, elle est plutôt en désaccord à l'égard de la représentativité des médias canadiens, et fortement en désaccord à l'égard des médias internationaux. Sa réponse concernant les médias canadiens francophones surprend dans la mesure où Marie exprime une grande appréciation pour Radio-Canada, en tant que consommatrice et ancienne employée. La représentativité ou la non-représentativité du diffuseur ne semble donc pas nuire à l'opinion qu'elle s'en fait. Toutefois, il est probable que Marie, étant d'origine québécoise, ait moins de difficulté que d'autres répondants à se reconnaître dans un média qu'elle estime centré sur le Québec.

*Tableau 2 : Réponses de Marie aux questions concernant la perception des médias*

Les médias francophones saskatchewanais me représentent.	Plutôt d'accord
Les médias francophones canadiens me représentent.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones internationaux me représentent.	Fortement en désaccord
L'actualité francophone saskatchewanaise me concerne.	Entièrement d'accord
Les médias francophones sont accessibles.	Entièrement d'accord
Les médias francophones sont de qualité.	Plutôt d'accord

Bien qu'elle soit d'avis qu'il y a effectivement une tendance québécocentriste chez Radio-Canada, Marie dit ne pas rejoindre la « critique [de non-représentativité qui] circule » et que celle-ci « a besoin d'être nuancée ». Elle explique que pour certaines personnes « qui pensent en termes de 'souche' », il y a effectivement une absence de voix ou de visages de Fransaskois avec des liens familiaux ou ancestraux en Saskatchewan francophone et que cette lacune serait attribuable à un environnement peu favorable au développement de nouveaux talents.

*Marie : Pourquoi il n'y en a pas de journalistes fransaskois ? La qualité de la langue et il faut vouloir.*

D'abord, sur la qualité de la langue, Marie ne mâche pas ses mots lorsqu'elle dit que le français parlé par la jeunesse qui sort des écoles fransaskoises est « effrayant », à cause d'un enseignement de français « déficient ». D'après Marie, même si on parvenait à susciter l'intérêt de jeunes candidats fransaskois pour le métier de journaliste, leur niveau d'aptitude linguistique ne passerait pas l'épreuve de français de Radio-Canada. L'absence d'un programme de formation journalistique francophone dans la province serait également en cause. Elle estime que le programme mis sur pied par le Collège Mathieu en 2019 dans le but de former une relève journalistique fransaskoise formée en français constitue un échec, disant qu'il n'attire pas d'étudiants. Marie est d'avis que ce problème d'attraction est surtout attribuable à la deuxième raison pour laquelle il n'y a pas de journalistes fransaskois : le manque de volonté pour intégrer le métier. Ce qui rend ce dernier peu attrayant serait, d'après Marie, les défis qui se rapportent à une production de contenus qui s'articulerait « entre le manque d'intérêt et le conflit d'intérêts » inhérents à tous les médias francophones en milieu minoritaire.

Les propos de Marie au sujet de la qualité des médias sont particulièrement intéressants. D'une part, elle explique qu'un roulement élevé de personnel fait en sorte que « les jeunes journalistes qui restent un an et demi, deux ans, n'ont pas de contacts et n'acquièrent pas l'expérience » pour développer des stratégies leur permettant « d'aller au-delà des messages corporatifs » du corps institutionnel de la Fransaskoisie qui, selon Marie, serait bien heureux de voir Radio-Canada s'en tenir à son rôle communautaire (promotion d'événements, levées de fonds comme le Francothon, et la diffusion de produits culturels comme le Francofièvre), en laissant tomber son mandat démocratique, c'est-à-dire le service d'information. Cette dynamique relationnelle entre Radio-Canada et les institutions nuirait alors considérablement « à la qualité de l'information ». D'autre part, les propos de Marie divergent de ce qu'elle a indiqué en réponse à la proposition du sondage concernant la qualité de médias francophones. Si elle estime que les médias francophones sont de qualité, l'information ou le travail journalistique, en Fransaskoisie précisément, ne l'est pas.

Au sujet de ces « messages corporatifs », Marie explique qu'il y a une censure qui s'opère du côté des organismes, dont les dirigeants « ont pris des cours en communications et [savent] comment ne pas répondre aux questions ». Elle est d'avis également que les employés et les bénéficiaires de subventions de la part de ces organismes se font interdire de parler à Radio-Canada sous peine de perdre leur financement. À l'opposé, Marie explique qu'il y a une certaine autocensure qui peut avoir lieu chez les individus qui décident des lignes éditoriales, puisqu'ils sont souvent personnellement enracinés dans la communauté, d'une part, et que Radio-Canada a intérêt à ménager les organismes puisqu'il en a besoin « quand vient le temps d'aller au CRTC pour renouveler le permis ». Encore

une fois, Marie se montre critique à l'égard du journalisme au sein de Radio-Canada en Saskatchewan, malgré son appréciation pour le diffuseur public à l'échelle nationale.

### 5.3 Élodie

Née au Burundi et âgée de 35 à 44 ans, Élodie est arrivée au Canada en 2016. Elle a vécu notamment en Belgique et au Rwanda avant d'atterrir dans l'Ouest canadien, d'abord à Winnipeg et ensuite à Regina, où elle demeure toujours. Sa première langue parlée est le kirundi, langue qui est également la langue maternelle de ses parents. Lorsqu'interrogée sur la langue d'usage à la maison, au foyer parental, elle précise qu'au Burundi le kirundi est parlé dans un contexte familial ou social, alors que le français est employé dans les domaines des affaires et de l'éducation. Polyglotte, elle dit parler en plus du kirundi, le français, l'anglais, le swahili et le kinyarwanda.

Élodie a été scolarisée selon un curriculum de français langue première et a fait ses études universitaires dans le domaine des communications. Elle a notamment travaillé dans le milieu journalistique, entre autres chez Radio-Canada au Manitoba. Aujourd'hui, elle est entrepreneure et travaille en français, anglais et aussi en kirundi, une grande partie de sa clientèle étant issue de la diaspora burundaise avec laquelle elle entretient des liens étroits. D'ailleurs, elle mentionne que sa « vie n'est pas à Regina » en raison de ces liens entretenus avec des amis, de la famille et des clients à travers le monde. Selon elle, l'étiquette de minoritaire, d'un point de vue linguistique, ne la caractérise pas, puisqu'elle n'a « perdu personne avec qui [elle parlait] français » et qu'elle « ne [se] questionne pas » sur la défense du français. En menant ses affaires, elle « ne parle pas en français pour faire vivre le français ». Enfin, elle affirme maintenir un contact avec une francophonie qui se veut cosmopolite et s'identifie surtout à la communauté burundaise globale.

Élodie a deux enfants, dont une fréquente l'école fransaskoise, tandis que l'autre n'a pas encore l'âge de fréquentation scolaire. Son conjoint est anglophone et ne parle « ni le français ni le kirundi ». Elle dit toutefois avoir comme langues d'usage à la maison l'anglais, le français et le kirundi. Par ailleurs, elle dit parler le kirundi « au travail, avec [s]es enfants, avec [s]a famille ».

En ce qui concerne sa consommation des médias, Élodie estime consommer surtout à égalité des contenus en français et en anglais, à l'exception des baladodiffusions qu'elle dit écouter plus en anglais qu'en français. En entrevue, Élodie confirme avoir un abonnement sans frais à *L'Eau vive*. Elle confirme que cet abonnement est offert à tous les parents dont les enfants sont inscrits dans une école du CÉF, mais qu'il faut le réclamer.

Tableau 3 : Réponses d'Élodie aux questions concernant la consommation des médias

Dans quelle proportion lisez-vous en français ou en anglais?	Égalité
Dans quelle proportion écoutez-vous la radio en français ou en anglais?	Égalité
Dans quelle proportion écoutez-vous des baladodiffusions en français ou en anglais?	Plus anglais que français
À quelle fréquence écoutez-vous de la musique francophone?	Plusieurs fois par semaine
Dans quelle proportion regardez-vous des contenus télévisuels ou cinématographiques en français ou en anglais?	Égalité

À part *Eau vive*, qu'elle lit essentiellement dans le but de s'informer sur le milieu scolaire que fréquente sa fille, Élodie dit lire « beaucoup sur la communauté burundaise ». Elle mentionne le blogue *Yaga* qui se décrit comme étant « une organisation de jeunes, experte dans les approches digitales [...] et dans l'animation des espaces d'expressions en ligne et hors ligne ». L'organisation dit raconter « des histoires des hommes et femmes du Burundi » grâce au réseau de « jeunes défenseurs de la liberté d'expression » appelés

« *Yaguistes* » selon des « approches basées sur les évidences et les vécus personnels [centrées] sur les jeunes dans toute leur diversité » (Yaga Burundi, 2022). Un survol sommaire des contenus permet de constater que la plupart sont en français, parsemés de quelques billets publiés en kirundi. Autrement, Élodie dit lire surtout de la non-fiction « sur le développement personnel, sur la parentalité, et puis sur la santé parfois » autant en anglais qu'en français. Quant à la littérature fransaskoise, elle affirme avoir « vu des livres passés » qu'elle pourrait citer des noms d'écrivains, mais qu'elle n'en a pas beaucoup lu.

Malgré ses abonnements à plusieurs plateformes (YouTube, Netflix, Amazon Prime video), Élodie dit : « la télé, la radio, ce n'est pas chez moi ». Néanmoins, elle affirme écouter des baladodiffusions sur les mêmes sujets qui l'intéressent en lecture (développement personnel, parentalité et santé), mais plus en anglais qu'en français. Quant à la télévision, elle dit ne plus savoir « se tenir devant un film » qu'elle est souvent « sur [s]on téléphone » et qu'à la maison « chacun écoute la télé de son côté ». Ce qui capte son attention, ce sont des « youtubeurs », créateurs de contenus sur YouTube, qui publient en français, en anglais et en kirundi. Élodie est donc la seule participante aux entrevues pour laquelle le visionnement de contenus audiovisuels ne semble pas se faire dans un contexte social.

Globalement, Élodie a une perception négative des médias francophones, surtout sur le plan de la représentativité, se disant même fortement en désaccord avec l'énoncé selon lequel les médias francophones saskatchewanais sont représentatifs. Elle dit néanmoins que l'actualité francophone de la Saskatchewan la concerne, d'une part, parce « [qu']une grande partie de [la communauté burundaise en Saskatchewan] s'identifie comme fransaskoise, donc [elle] essaie de suivre », d'autre part, parce que ses enfants

« vont à l'école en français, donc [elle se doit] de suivre un peu ce qui s'y passe ». Cette dernière affirmation suggère que les médias francophones s'intéressent surtout aux affaires scolaires et conforte les données selon lesquelles les parents de l'échantillon consomment plus de médias francophones que leurs pairs. Ce n'est guère surprenant, si effectivement les messages véhiculés par les médias concernent surtout le milieu scolaire, en raison de la place qu'occupe l'école dans le patrimoine institutionnel fransaskois (Desjardins *et al.*, 2010 ; Gareau, 1992 ; Lachance, 2019).

Tableau 4 : Réponses d'Élodie aux questions concernant la perception des médias

Les médias francophones saskatchewanais me représentent.	Fortement en désaccord
Les médias francophones canadiens me représentent.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones internationaux me représentent.	Plutôt en désaccord
L'actualité francophone saskatchewanaise me concerne.	Plutôt d'accord
Les médias francophones sont accessibles.	Plutôt d'accord
Les médias francophones sont de qualité.	Plutôt en désaccord

Lorsque je lui demande s'il y a des médias autres que francophones, que ce soit sur le plan régional, national ou international, dans lesquels elle se sent représentée, elle me dit que non. En tant que personne noire et en tant que femme, elle dit ne se sentir représentée adéquatement par aucun média. Cette déclaration entre toutefois en contradiction avec ce qu'elle dit au sujet de sa consommation d'actualités et de médias burundais. Très critique par contre du traitement journalistique des enjeux de racisme par la presse fransaskoise, sa réponse concerne davantage les médias à l'échelle régionale.

À l'égard du journalisme en Fransaskoisie, Élodie reproche notamment à l'*Eau vive* et à Radio-Canada d'adopter une ligne éditoriale critique à l'endroit des communautés africaines francophones et de participer à « la promotion d'une idéologie édulcorée de la



participation citoyenne ». Elle donne l'exemple de reportages concernant les assemblées générales des associations francsaskoises principales, l'ACF, l'ACFR, et la CAFS<sup>61</sup>, dont elle a déjà été membre, où ce ne serait qu'une faible minorité de la population francophone qui participe. Selon elle, la presse francsaskoise ne fait pas état de cette dynamique.

Faisant écho à ce que rapporte Marie concernant un climat peu favorable à l'objectivité journalistique dans l'accomplissement de la mission démocratique des médias d'information francsaskois, Élodie critique les organismes qui exercent un contrôle exagéré sur l'information, et de vouloir bâillonner leurs membres et leurs employés en ce qui a trait aux enjeux de racisme. Elle offre l'exemple des prises de position du milieu associatif dans le cadre de *Black Lives Matter* (BLM). D'après elle, le seul organisme francophone en Saskatchewan à prendre position sur le mouvement était l'ACF, mais les employés de l'ACF et des organismes qu'elle représente, dont « la grande majorité » serait noire, n'osent pas témoigner de leur expérience avec le racisme au sein de la Fransaskoisie. Selon Élodie, « c'est toujours les mêmes personnes qui vont s'exprimer, les autres ne veulent plus parler ou ils ont peur de parler ». En gros, elle estime qu'en Saskatchewan la presse « ne va pas au fond des problèmes », qu'il y a « beaucoup de propagande, de manipulation d'information qui n'est pas équilibrée pour le bien du lecteur, mais équilibrée afin de lui faire voir ceci ou cela ».

*Élodie : C'est peut-être parce que je viens d'un pays où il y a une dictature, ou je sais ce que c'est la manipulation, l'utilisation des médias à des fins de propagande.*

*Peut-être que je suis habituée à une presse combattante. Ici, c'est une presse complaisante et pas équilibrée.*

---

<sup>61</sup> Communauté des Africains francophones de la Saskatchewan.

Ce qui nuirait alors à la qualité des médias fransaskois, c'est ce qu'Élodie croit être un manque de rigueur journalistique dû à l'étroitesse des liens entretenus avec les organismes dont les dirigeants contrôlent démesurément les messages. À son avis, Radio-Canada et l'*Eau vive* auraient intérêt à se « [détacher] des organismes » afin de gagner en objectivité.

#### **5.4 Patrick**

Né à Calgary en Alberta et ayant grandi à Swift Current en Saskatchewan, Patrick a appris le français il y a quatre ans, lors de son entrée à l'université, à Regina. Âgé de 25 à 34 ans, Patrick y a complété un baccalauréat ès arts avec majeure en français et entreprend, au moment de sa participation, une formation en enseignement à la Cité universitaire francophone. Bien que l'anglais soit sa première langue parlée, Patrick dit s'identifier plus à la Fransaskoisie qu'à la francophonie parce qu'il se reconnaît dans la définition inclusive de ce qu'est un Fransaskois. À ce sujet, Patrick dit : « selon cette définition, je suis Fransaskois, sans être francophone ».

C'est pendant son parcours universitaire que Patrick s'installe au Québec, dans les villes de Québec et Saint-Tite, pour y enseigner l'anglais. Dans le cadre de son travail, il parlait surtout anglais avec ses élèves en raison de son mandat d'enseignement de l'anglais langue seconde. En revanche, le français était utilisé dans les interactions avec ses collègues et dans les contextes informels et sociaux. De retour à Regina, Patrick a intégré davantage le français comme langue d'usage dans les contextes académique et professionnel. Il dit utiliser le français dans une proportion de 80 % du temps lorsqu'il travaille comme tuteur. Également adjoint de recherche à la Cité universitaire francophone de l'Université de Regina, il dit travailler en français et en anglais à égalité puisque les

projets de recherche concernent une communauté « surtout anglophone, mais francophile ».

Patrick dit consommer des médias de langue française à des degrés variables en fonction du type de média. Il lit à égalité en français et en anglais. La lecture en français se fait surtout dans un contexte académique et, à l'occasion, pour le plaisir. Adeptes des romans de Stephen King qu'il lit en anglais, il affirme « de temps en temps [lire] un livre en français pour le plaisir ou pour la pratique ». Ceci est un exemple de l'utilisation des médias comme stratégie d'appropriation ou de réappropriation de la langue française, surtout dans la mesure où le lecteur a eu, au courant de sa vie, un contact limité avec la francophonie, n'utilisant le français que dans un nombre restreint de contextes.

Disant écouter de la musique francophone plusieurs fois par semaine, il énumère rapidement plusieurs artistes francophones, comme « Stromae[,] Claude Bégin, Karim Ouellet, Anaïs, Cœur de pirate [et] Vianney », qui figurent parmi ses choix d'écoute. Patrick affirme néanmoins avoir de la difficulté à trouver des contenus de langue française. Il écoute peu la radio, et les baladodiffusions de langue française qu'il repère sont axées sur l'apprentissage de la langue et ne traitent pas forcément des sujets de la vie quotidienne. Il dit s'intéresser à des balados historiques, humoristiques et qui traitent de l'économie. « La plupart de la musique qu'[il] écoute provient de [recommandations de la part d'amis], ou de la musique *live* (en direct) ». L'accessibilité des médias, qui peut se mesurer de plusieurs façons, par le coût, le contenu, la disponibilité et la promotion, est en cause. Patrick estime qu'il y a une « dominance forte de la musique anglophone » en raison des « corporations », les plateformes de diffusion en continu, qui adaptent leurs publicités ciblées ou leurs contenus suggérés en raison de considérations démographiques. Il

mentionne d'ailleurs que le fait d'avoir son téléphone mobile configuré en français a pour effet que ses colocataires reçoivent parfois de la publicité en français sur YouTube, malgré le fait qu'ils ne consomment pas de contenus francophones.

Quant aux médias audiovisuels, il dit en consommer en français, soit dans un contexte académique ou de loisirs. Toutefois, dans la sphère privée, il privilégie les contenus de langue anglaise « parce que [sa] blonde ou [ses] coloc [sont présents] ». J'y reviendrai plus tard dans l'analyse. Cependant, ce que Patrick rapporte comme comportement en matière de consommation audiovisuelle indique que l'aspect social de celle-ci influence les choix de contenus et de langue de consommation.

Tableau 5 : Réponses de Patrick aux questions concernant la consommation des médias

Dans quelle proportion lisez-vous en français ou en anglais?	Égalité
Dans quelle proportion écoutez-vous la radio en français ou en anglais?	Plus français qu'anglais
Dans quelle proportion écoutez-vous des baladodiffusions en français ou en anglais?	Plus anglais que français
À quelle fréquence écoutez-vous de la musique francophone?	Plusieurs fois par semaine
Dans quelle proportion regardez-vous des contenus télévisuels ou cinématographiques en français ou en anglais?	Plus anglais que français

En ce qui concerne les perceptions des médias, Patrick a répondu « Neutre » à la question sur la représentativité des médias francophones saskatchewanais. Questionné à ce sujet, il répond qu'il ne se sent pas représenté dans les médias francophones (que ce soit sur le plan régional, national ou international) puisqu'il n'est « pas né francophone », il estime que « les médias francophones en Saskatchewan ne ciblent pas les personnes comme moi, parce qu'on n'est pas des francophones de souche ». S'identifiant également

à la communauté anglophone, il dit alors se sentir mieux représenté par les médias de langue anglaise où « les thèmes d'identité [sont] moins centrales ».

Malgré le fait que Patrick s'identifie à la Fransaskoisie en raison de la définition inclusive adoptée par son milieu associatif, il subit néanmoins les effets de la francoconformité à laquelle semblent adhérer les médias. Il serait toutefois inexact d'avancer que les médias canadien anglophones échappent aux dynamiques identitaires. À vrai dire, historiquement, ceux-ci ont également été développés en raison de la volonté politique d'instrumentaliser les médias comme vecteurs de culture et d'identité proprement « canadiennes » face à l'hégémonie américaine. En revanche, il est possible que la quantité de messages anglophones qui dominent le champ médiatique donne l'impression d'une plus grande cohésion sur les plans linguistiques et identitaires. La minorisation accrue et la dispersion des francophones au Canada peut fait en sorte que la fragmentation identitaire et linguistique est plus tangible dans les représentations médiatiques.

En outre, Patrick mentionne à plusieurs reprises le caractère pédagogique des contenus francophones qu'il repère et le manque « d'inclusion des francophiles », ce qui nuit à la pertinence des médias. Dans la mesure où, selon les résultats de l'enquête de la Commission sur l'inclusion dans la communauté fransaskoise et ceux au sondage de cette enquête, la tendance est à l'angloconformité au sein de la Fransaskoisie, il est toutefois difficile de concilier inclusivité et protection d'espaces francophones, dont les espaces médiatiques.

Tableau 6 : Réponses de Patrick aux questions concernant la perception des médias

Les médias francophones saskatchewanais me représentent.	Neutre
Les médias francophones canadiens me représentent.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones internationaux me représentent.	Plutôt en désaccord
L'actualité francophone saskatchewanaise me concerne.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones sont accessibles.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones sont de qualité.	Plutôt d'accord

Comme je l'ai mentionné, Patrick évoque un manque d'accessibilité des médias comme facteur contribuant à sa plus faible consommation des médias francophones. D'après lui, l'accessibilité peut être augmentée par la promotion des contenus et même des plateformes de consommation, comme TOU.tv dont il dit avoir ignoré l'existence avant de participer à l'enquête. Sa méconnaissance de cette plateforme étonne cependant, étant donné son cheminement personnel relativement récent au Québec francophone où TOU.tv bénéficie d'une plus grande promotion qu'en Saskatchewan. On aurait pu anticiper que Patrick ait une certaine familiarité avec les plateformes de diffusion qui connaissent une notoriété auprès du public québécois.

En répondant au sondage, Patrick disait être plutôt d'accord avec l'énoncé selon lequel les médias francophones sont de qualité. Toutefois, en entrevue, il mentionne la qualité de production des baladodiffusions qu'il trouve « déficiente ». En matière de langue, il dit d'ailleurs ne pas apprécier l'utilisation du « franglais » dans les médias, que ceux-ci « devraient se passer en français ». Il estime néanmoins que les médias audiovisuels francophones sont « super » et « comparables aux médias anglophones ». Il y a là une contradiction intéressante. Malgré le fait que Patrick semble plaider pour une meilleure représentation des Fransaskois non francophones dans les médias de langue

française, il prend une position plutôt rigide quant aux registres de langue et aux modes d'expressions qui mélangent le français et l'anglais, pratiques de plus en plus courantes dans un milieu dont les membres s'identifient de plus en plus par leur bilinguisme.

## 5.5 Andrea

Âgée de 18 à 24 ans, Andrea demeure à Saskatoon. Née au Québec d'une mère francophone québécoise et d'un père fransaskois, Andrea déménage en Saskatchewan au début de l'adolescence. Étudiante universitaire, Andrea suit ses cours depuis la maison familiale à Saskatoon. Elle dit qu'au foyer les langues d'usage sont le français et l'anglais. Alors qu'elle vivait au Québec, son père, qui est de langue maternelle française, lui parlait uniquement en anglais par crainte qu'elle n'apprenne pas à maîtriser cette langue en vivant en milieu majoritairement francophone. En revanche, lorsque la famille arrive en Saskatchewan, son père est devenu soucieux du maintien de la francité d'Andrea et a commencé à lui parler en français. Elle décrit ce changement de comportement linguistique, qui s'est inscrit dans ce qu'elle a vécu comme un « choc de culture » en quittant le Québec pour s'installer en Saskatchewan, comme « déstabilisant et *awkward* (malaisant) ». Outre le changement sur le plan des langues d'usage à la maison, elle mentionne également la langue d'usage à l'école comme facteur ayant contribué à ce « choc ».

*Andrea : Même si c'est une école francophone, tu ne parles pas français avec tes amis. Tu ne parles même pas français dans le cours de français!*

Fonctionnaire au fédéral, Andrea dit travailler surtout en français. De plus, elle a une longue feuille de route en matière d'implication au sein du milieu associatif fransaskois et franco-canadien. Parmi les organismes au sein desquels elle a cheminé bénévolement ou

en tant qu'employée, elle mentionne la Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF), l'Association jeunesse fransaskoise (AJF), la Fédération des francophones de Saskatoon (FFS), l'Association des juristes d'expression française de la Saskatchewan (AJEFS) et la Société historique de la Saskatchewan.

En ce qui concerne sa consommation médiatique, Andrea affirme consommer plus de médias de langue anglaise que de langue française.

Tableau 7 : Réponses d'Andrea aux questions concernant la consommation des médias

Dans quelle proportion lisez-vous en français ou en anglais?	Plus anglais que français
Dans quelle proportion écoutez-vous la radio en français ou en anglais?	Plus anglais que français
Dans quelle proportion écoutez-vous des baladodiffusions en français ou en anglais?	Plus anglais que français
À quelle fréquence écoutez-vous de la musique francophone?	Plusieurs fois par semaine
Dans quelle proportion regardez-vous des contenus télévisuels ou cinématographiques en français ou en anglais?	Plus anglais que français

Lisant surtout pour le loisir, elle dit que la prépondérance de l'anglais dans ses choix de lecture s'explique par la présence d'une plus grande variété de contenus et le manque d'accessibilité des contenus francophones. L'absence d'une librairie francophone à Saskatoon contribue à l'absence de médias écrits francophones dans ses choix de consommation. Selon elle, la bibliothèque locale offre un répertoire francophone, mais les choix y sont limités, et il s'agit surtout de livres de cuisine. Bien que la librairie de Gravelbourg tienne un « *booth* (kiosque) » dans les écoles fransaskoises de la ville, il est à l'intention des lecteurs de niveau primaire.



Malgré le fait qu'elle indique écouter la radio plus en anglais qu'en français dans ses réponses au sondage, Andrea précise en entrevue qu'elle n'écoute pas la radio, mais surtout des baladodiffusions. Elle affirme que sa seule option pour l'écoute radiophonique francophone est Radio-Canada (ICI Saskatchewan), dont le catalogue de contenus est « tellement plate », évoquant même le caractère enfantin et sans intérêt de certains contenus. En ce qui concerne son écoute de balados francophones, elle affirme avoir écouté un balado du titre *Elles parlent*<sup>62</sup>, animé par la Québécoise Léa Clermont-Dion, mais qui n'est plus en production. Elle mentionne par ailleurs le québécocentrisme du baladosphère francophone qui a pour effet de la désintéresser. D'après Andrea, les balados francophones sont produits par « des Québécois qui parlent de choses qui se passent au Québec ». Par conséquent, elle ne se sent pas concernée. Parmi les balados anglophones qu'elle écoute, *Front Burner*<sup>63</sup> de CBC traite d'actualités d'envergure nationale. Andrea estime qu'on y parle de « choses plus globales » et qu'on s'intéresse aux « régions où les choses se passent ». D'après elle, « le Canada est tellement plus gros que le Québec et la francophonie, donc on ne peut pas se permettre de privilégier une région ».

Sur le plan audiovisuel, Andrea consomme des médias en format numérique sur les plateformes suivantes : YouTube, Netflix et Disney+. Interrogée sur les contenus francophones qu'elle écoute, elle mentionne la série *Appelez mon agent*<sup>64</sup>, diffusée sur Netflix qu'elle qualifie de « très français, mais [qui relate] une bonne histoire ». Autrement, elle consomme surtout des séries et des films américains (*Brooklyn Nine-Nine*<sup>65</sup>, *How I*

---

<sup>62</sup> Clermont-Dion, 2020.

<sup>63</sup> Poisson, 2022.

<sup>64</sup> Herrero, 2015.

<sup>65</sup> Goor et Schur, 2013.

*Met Your Mother*<sup>66</sup>, *Friends*<sup>67</sup>) à l'exception de la série *Schitt's Creek*<sup>68</sup>, qui est une production canadienne. Elle dit notamment avoir fait un marathon des films de la suite Marvel avec ses parents.

Comme c'est le cas avec les médias écrits, Andrea estime que la prépondérance de contenus anglophones dans ses choix de consommation audiovisuelle s'explique par un plus grand éventail de contenus en anglais qui s'offre à elle, « qu'il y a tellement d'affaires qu'[elle] n'[a] pas à se casser la tête pour trouver quelque chose [à regarder] ». Autrement, elle évoque des problèmes d'accessibilité et de qualité des contenus canadiens francophones, essentiellement québécois.

Selon Andrea, le Québec est le producteur de contenus francophones central pour le marché canadien, et la France agit comme producteur de contenus central « pour tous ceux qui parlent français [à travers le monde] ». En bref, elle est d'avis que l'industrie télévisuelle et cinématographique française accorde « plus de temps et d'efforts à développer leurs contenus », parce que ceux-ci s'exporteraient plus que les contenus québécois. Elle suggère donc, d'une part, que les contenus canadiens francophones font l'objet d'un investissement plus restreint que les contenus français, nuisant à leur qualité, et, d'autre part, que le marché québécois cherche à représenter une « réalité » ou une identité régionale qui en affecte l'accessibilité pour les consommateurs francophones ailleurs dans le monde.

---

<sup>66</sup> Bays et Thomas, 2005.

<sup>67</sup> Crane et Kauffman, 1994.

<sup>68</sup> Levy et Levy, 2015.

Quant à ses perceptions des médias, Andrea se dit plutôt en désaccord ou fortement en désaccord avec chacun des énoncés qui concernent la représentativité, l'accessibilité et la qualité des médias.

Tableau 8 : Réponses d'Andrea aux questions concernant la perception des médias

Les médias francophones saskatchewanais me représentent.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones canadiens me représentent.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones internationaux me représentent.	Fortement en désaccord
L'actualité francophone saskatchewanaise me concerne.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones sont accessibles.	Plutôt en désaccord
Les médias francophones sont de qualité.	Plutôt en désaccord

Sur le plan de la représentativité, Andrea s'est d'abord montrée très critique des médias qu'elle considère à nouveau trop québéco-centristes. Elle affirme avoir voulu, dès son arrivée en Saskatchewan, « [s]'adapter à la Fransaskoisie » en rejetant son identité nationale québécoise. Malgré qu'elle ait « quand même beaucoup aimé le Québec [...] avec ce qu'[elle voit] du Québec dans les médias [elle ne s'identifie] plus tellement comme Québécoise » et revendique davantage son appartenance à la Fransaskoisie. Elle mentionne au passage la couverture des débats sur la controversée *Loi sur la laïcité de l'État* qui influence cette perception négative du Québec. Il n'est pas mon intention de m'avancer sur le sujet de la construction identitaire personnelle d'Andrea, ni de m'engager dans un débat concernant les politiques publiques du gouvernement du Québec. Cependant, je trouve qu'il est intéressant de considérer ici le rôle des médias dans la conception que les Fransaskois se font du Québec comme seule société à majorité francophone en Amérique du Nord et les relations parfois tendues qui en découlent.

Harvey (1992) explique qu'en raison de « l'éclatement de l'identité canadienne-française en plusieurs identités francophones spécifiques à l'échelle des provinces[, une] distance culturelle [s'est installée] entre les différentes communautés francophones du Canada » (Harvey, 1992, p. 22-23). Par conséquent, ces différentes communautés « ne partagent pas nécessairement la même vision du monde que les Québécois, du fait qu'ils parlent la même langue » (p. 23). De plus, comme « les francophones [minoritaires] puisent dans les médias anglophones leurs informations sur l'actualité et de moins en moins dans les médias francophones[, ils] développent une vision de la réalité » qui est davantage alignée sur celle de la société anglophone qui les entoure (Raïche, 1992, p. 62). Ceci peut avoir pour effet de les isoler sur le plan idéologique des sociétés à majorité francophone. D'après Laflamme (1992), la « sublimation » de produits médiatiques anglophones, lesquels véhiculent des messages idéologiques distincts de ceux des médias québécois, par le franco-minoritaire « justifie [celui-ci] de se défranciser, de se désolidariser du Québec » (p. 33).

Il a été question précédemment (pp. 109, 118) d'une aliénation à l'égard de deux groupes : l'endogroupe franco-minoritaire, et l'exogroupe anglophone (Allard, 2002 ; Clément *et al.*, 2005). Or, le témoignage d'Andrea permet de remettre en question ce modèle bigroupe et de constater la présence d'un troisième groupe linguistique qui s'inscrit dans cette conceptualisation de la construction identitaire. Dans le contexte canadien, il s'agirait de l'exogroupe québécois francophone. Ce dernier dispose, en raison de son poids démographique au sein du Canada francophone de moyens et d'influence non négligeables en ce qui concerne les entreprises médiatiques francophones du pays. La capacité où l'incapacité de s'identifier à ce groupe peut donc avoir un impact significatif sur l'adhésion

des minorités à une consommation médiatique francophone. Comme l'avance Breton (1994), je suis d'avis que les modalités et les degrés d'appartenance peuvent également être variables.

Dans le cas d'Andrea, il est possible que sa consommation médiatique, qui se fait largement en anglais, contribue à une perception négative de la société québécoise, puisqu'elle accentue le clivage idéologique entre les discours anglophones et francophones. La couverture médiatique des débats sur la laïcité de l'État est un exemple de lignes éditoriales divergentes entre les médias anglo-canadiens et les médias québécois empreints de l'héritage de modèles juridiques distincts (Lavoie, 2016). Les médias anglophones porteurs d'une idéologie ancrée dans une tradition de libéralisme pluraliste ont tendance à chercher à discréditer les orientations politiques, juridiques ou culturelles de la société québécoise qui prennent souche dans une tradition davantage républicaine (Courtois, 2010). Ce phénomène s'inscrit, selon certains, dans un contexte de diglossie conflictuelle où le groupe linguistique dominant (l'anglophonie), chercherait à minoriser et disqualifier le groupe vulnérable (la francophonie), menant parfois même à « l'autodévaluation » des membres du dernier groupe (Bernard Barbeau, 2017 ; Bernard Barbeau et Moïse, 2019).

Toujours sur la question de la représentativité des médias, Andrea est d'avis que l'actualité francophone de la Saskatchewan ne la concerne pas en raison notamment de la qualité de l'information présentée. Elle indique trouver les contenus de Radio-Canada « enfantins » et affirme qu'il « n'y a aucune information sur [s]a province ou sur le Canada ». Elle estime que les contenus sont « tellement anodin[s], tellement non essentiel[s] pour [s]on besoin d'information ». Elle dit que « c'est pire » en ce qui a trait à

l'*Eau vive*. Selon elle, « la communauté fransaskoise est tellement petite qu[e ces médias] essaient de trouver n'importe quoi qui semble intéressant, mais ce ne l'est pas vraiment, la plupart du temps ».

Comme Élodie, Andrea évoque des enjeux de diversité et d'inclusion dans les médias fransaskois qui nuisent à leur qualité. Encore une fois, ce n'est pas mon objectif de commenter le climat social au sein de la Fransaskoisie, mais bien d'étudier le rapport aux médias des Fransaskois. Cependant, des cinq participants aux entrevues, deux avancent que la qualité de l'information et la représentativité des médias sont déficientes en raison de conflits intracommunautaires qui empêchent d'atteindre une conception des médias pouvant être qualifiés de représentatifs. Andrea estime que Radio-Canada et l'*Eau vive* ont une couverture déficiente des enjeux touchant le racisme au sein du milieu associatif fransaskois, qu'on ne l'aborde qu'en superficie, malgré le caractère « cosmopolite » de la communauté desservie.

Cette question de diversité dans les médias concerne également les différents accents qu'on a le potentiel d'entendre à l'antenne de Radio-Canada. D'après Andrea, ce qu'elle perçoit comme une absence d'accents acadiens, franco-manitobains et même anglophones contribue au renforcement de l'insécurité linguistique chez les Fransaskois. Elle est d'avis que « le français québécois domine » et envoie le message qu'il s'agit du seul accent valable pour pouvoir œuvrer dans les médias. En outre, Andrea estime que, lorsque les Québécois « produisent du contenu pour des personnes minoritaires » celles-ci ne s'y intéressent pas. Elle donne l'exemple du film *French Immersion* (Tierney, 2011) où les Canadiens sont dépeints de manière caricaturale. Le discours d'Andrea témoigne donc

encore une fois de ce sentiment d'aliénation vis-à-vis de l'exogroupe québécois francophone.

Quant à l'accessibilité des médias francophones, Andrea n'a pas d'abonnement au câble ; elle n'a donc pas accès aux contenus francophones :

*Andrea : Je n'ai pas le goût de payer pour TOU.tv qui a seulement du contenu pour Radio-Canada, alors que je peux utiliser mon abonnement pour Netflix et avoir accès à tout plein de choses de plein d'années.*

L'accessibilité peut donc être mesurée en fonction du coût associé à l'abonnement aux services de diffusion en continu. Dans Netflix, Andrea voit une sorte de guichet unique, lui permettant d'accéder à une panoplie de contenus, tandis qu'elle est d'avis que la plateforme de diffusion en continu de Radio-Canada, *Tout.tv*, a un catalogue de contenus moins développé et plus restrictif.

## **5.6 Victor**

Situé dans la tranche d'âge de 25 à 34 ans, Victor est le seul des participants aux entrevues qui ne vit plus en Saskatchewan. En effet, Victor habite la ville d'Ottawa depuis 2019, où il poursuit des études universitaires de deuxième cycle. Ses parents sont fransaskois (sa mère est francophone originaire de Vonda et son père est natif de Zénon Park), et sa première langue parlée est le français. Il parle également l'anglais et l'espagnol. Dans sa jeunesse, la langue d'usage à la maison était le français.

À l'âge de dix ans, il déménage avec sa famille à Saskatoon, où il finit ses études secondaires. Après ses études secondaires, Victor part étudier en Alberta où il poursuit ses études en science politique au Campus Saint-Jean de l'Université de l'Alberta. Ses études s'y déroulent en français pour les deux premières années. Lors de sa troisième année, il

participe à un échange en Espagne où ses études se font en espagnol et en anglais. À son retour en Alberta, il termine ses études avec un cursus plutôt anglophone en raison d'un manque d'options de cours en français. Néanmoins, il affirme que le Campus Saint-Jean constituait un milieu de vie francophone.

Aujourd'hui, à Ottawa, il vit avec trois colocataires, dont un francophone et deux anglophones, et les langues d'usage à la maison sont l'anglais et le français. Lorsqu'il échange avec son colocataire francophone, cela se passe en français, et même avec celui des deux anglophones qui parle français. Mais lorsqu'ils sont en présence du colocataire unilingue, ils communiquent entre eux en anglais. Sa copine est saskatchewanaise et parle français également. Ils se parlent en anglais et en français. Victor dit d'ailleurs lui avoir exprimé le désir de communiquer et de fonctionner en français au quotidien.

Au moment de compléter le sondage, Victor a omis de répondre à plusieurs questions concernant sa consommation des médias. Il explique ne pas avoir répondu aux questions en lien avec la radio et les baladodiffusions puisqu'il n'en écoute pas. Il affirme cependant consommer des médias écrits et audiovisuels plus en anglais qu'en français, et écouter de la musique francophone plusieurs fois par semaine.

*Tableau 9 : Réponses de Victor aux questions concernant la consommation des médias*

Dans quelle proportion lisez-vous en français ou en anglais?	Plus anglais que français
À quelle fréquence écoutez-vous de la musique francophone?	Plusieurs fois par semaine
Dans quelle proportion regardez-vous des contenus télévisuels ou cinématographiques en français ou en anglais?	Plus anglais que français



Sur le plan des médias écrits, Victor dit consommer surtout des contenus d'actualité orientée sur la politique et l'économie. Au plus fort de la pandémie de la COVID-19, il consultait le journal *Le Droit* afin de s'informer sur le sujet de la situation épidémiologique à l'échelle locale, mais autrement, il ne s'informe pas dans les journaux ou les revues de langue française. Il consulte l'actualité en format numérique sur les applications de CBC et Al Jazeera.

Se considérant un passionné de lecture, il dit en faire en français pour pouvoir maintenir son « niveau de langue ». Lors de sa jeunesse, ses parents faisaient un effort conscient de maintenir un milieu de vie francophone à la maison à travers leurs choix de médias pour leurs enfants. Victor lisait alors beaucoup en français et il estime que c'est ce qui lui a permis de prendre de l'avance sur plusieurs de ses camarades de classe. Aujourd'hui, il dit essayer de « plonger un peu plus dans la langue française » grâce à la lecture d'œuvres de fiction, la musique et les séries francophones. Ceci confirme encore une fois que les Fransaskois qui se sentent aliénés du fait français ont tendance à utiliser la consommation médiatique comme stratégie visant à solidifier leur rapport à la langue. Pour Victor, le changement sur le plan de ses langues d'usage au quotidien avec l'intégration de l'anglais et la poursuite de ses études en anglais peuvent être des facteurs d'insécurité qui le poussent à adopter une stratégie de conservation linguistique personnelle ancrée dans sa consommation médiatique.

Comme il a été mentionné précédemment, Victor n'écoute la radio qu'à de rares occasions. Cela lui arrive surtout lorsqu'une connaissance est invitée à participer à une émission spécifique comme *Pour faire un monde*, l'émission radiophonique quotidienne de fin de journée à Radio-Canada Saskatchewan. Autrement, il dit écouter beaucoup de rap

québécois en énumérant les artistes : Eman, Koriass, Alaclair ensemble, et Fouki. Il dit aussi apprécier Stromae et l'artiste fransaskois Shawn Jobin.

Quant à l'audiovisuel, il remarque qu'il y a de plus en plus de contenus en français sur les plateformes de diffusion en continu. Sa situation de colocation fait en sorte qu'il écoute surtout des contenus anglophones. Selon Victor, les espaces communs ne favorisent pas la consommation de médias audios ou audiovisuels francophones, puisque ses colocataires n'ont pas nécessairement fait le même choix que lui de se conscientiser à consommer du contenu francophone. Par ailleurs, il dit ne pas être « du genre à [s]'enfermer dans [s]a chambre pour écouter du contenu francophone ». Il dit néanmoins que s'il vivait avec sa copine, il serait davantage porté à opter pour visionner des séries et des films en français. Voici donc un autre témoignage, comme ceux de Marie, d'Andrea et de Patrick, qui confirme que les médias audiovisuels sont surtout consommés dans un contexte social et que l'on opte pour le visionnement de contenus dans la langue comprise par tous, l'anglais, et ce, malgré le fait qu'une majorité d'individus impliqués puisse comprendre le français.

Parmi les cinq participants, Victor est le seul à avoir répondu « neutre » à des questions concernant les perceptions des médias. Cette neutralité, selon lui, vient surtout du fait qu'il ne vit plus en Saskatchewan depuis plusieurs années et qu'il ne consomme qu'une très faible proportion de médias francophones au quotidien.

Tableau 10 : Réponses de Victor aux questions concernant la perception des médias

Les médias francophones saskatchewanais me représentent.	Neutre
Les médias francophones canadiens me représentent.	Neutre
Les médias francophones internationaux me représentent.	Neutre
L'actualité francophone saskatchewanaise me concerne.	Plutôt d'accord
Les médias francophones sont accessibles.	Plutôt d'accord
Les médias francophones sont de qualité.	Plutôt en désaccord

Victor dit néanmoins visionner des contenus francophones lorsqu'il est en compagnie de sa copine. Il dit avoir visionné des séries françaises diffusées sur Netflix, comme *Lupin*<sup>69</sup>, *Dix pour cent*<sup>70</sup>, dont le titre est *Appelez mon agent au Canada*, et *Mortel*<sup>71</sup>. Comme Andrea et Patrick, Victor ne se limite pas à la consommation de contenus canadiens et semble préférer même, sur le plan des médias audiovisuels, les produits télévisuels et cinématographiques français.

Bien que les répondants au sondage et aux entrevues se montrent critiques à l'endroit des médias canadiens francophones qu'ils jugent centrés sur le Québec, les choix de contenus des participants indiquent que l'enjeu de la représentativité du média n'a peut-être pas autant d'importance lorsqu'il s'agit d'un produit culturel d'un autre exogroupe francophone dont les liens avec l'endogroupe fransaskois sont plus ténus. Il est possible que plus il y a de distance par rapport au groupe francophone producteur de contenus médiatiques, moins l'individu entretient des attentes vis-à-vis de la représentation du groupe auquel il s'identifie. Victor explique qu'en tant que Fransaskois, il s'est

---

<sup>69</sup> Kay, 2021.

<sup>70</sup> Herrero, 2015.

<sup>71</sup> Garcia, 2019.

« accoutumé à l'idée qu[']il fait] exception à la règle qu[']il] ne [devrait] pas avoir d'attentes par rapport à la représentativité ». Il ne « cherche pas forcément à voir d'autres Fransaskois dans les médias ou à la télé ou à la radio ». Cependant, « tant que [les contenus sont] en français, ça [lui] permet de vivre [s]a Fransaskoisie à [s]a façon ». Victor offre un témoignage pertinent, car, bien qu'il vive à l'écart de la Fransaskoisie sur le plan géographique, il exprime néanmoins un fort attachement à celle-ci sur le plan identitaire. Le maintien de cet attachement passerait alors, ne serait-ce qu'en partie, par le contact avec la langue française qu'il entretient par la consommation de médias francophones, quelles que soient leurs origines.

Sur le plan de l'actualité, il dit encore se sentir concerné par l'actualité fransaskoise et que Radio-Canada demeure globalement très centré sur le Québec. Victor dit avoir été mis au courant de l'existence de la chaîne *Unis TV* et de la programmation que celle-ci proposait aux communautés franco-minoritaires lorsqu'il vivait en Alberta. Toutefois, ce qui a été un facteur dans sa consommation, ou sa non-consommation plutôt de celle-ci, n'était pas la représentativité, mais bien l'accessibilité des contenus. En réponse à l'énoncé qualifiant d'accessibles les médias francophones, Victor a répondu être plutôt d'accord. Cependant, à l'époque où il aurait été susceptible de tourner son attention vers cette entreprise culturelle et médiatique prétendument *par et pour* les communautés francophones en situation minoritaire, elle n'était accessible, d'après lui, que par le câble ou la télévision analogique.

Ayant vu le jour en 2014, la chaîne *Unis TV* fait son entrée sur la scène télévisuelle (TV5 Unis TV, s. d.) alors que les consommateurs de télévision et de cinéma délaissent massivement les modes de diffusion traditionnels (analogique, câble, satellite) en adoptant

les plateformes numériques qui se multipliaient en nombre et en popularité, surtout auprès d'une plus jeune génération. Ce qui a l'apparence d'un rendez-vous manqué du consortium TV5 Québec Canada est en fait attribuable à une concurrence inégale avec les diffuseurs en continu géants du numérique, comme Netflix, qui s'accaparent encore aujourd'hui des parts considérables du marché (les résultats à ce sondage en témoignent), et à des politiques publiques inadaptées à l'encadrement du nouveau paysage numérique de la diffusion en ce qui a trait aux contenus et au développement des entreprises culturelles régionales.

Toujours sur le plan de l'accessibilité, Victor, comme Andrea, estime qu'il y a une lacune générationnelle dans la production médiatique francosaskoise. Familier avec les Éditions de la Nouvelle Plume, il affirme que « en tant que jeune adulte, il n'y a aucune publication [susceptible de l'intéresser] qui [lui] vient à l'esprit ». Les contenus semblent être véhiculés vers un auditoire et un lectorat jeune. Ils sont surtout à caractère pédagogique, et l'actualité pour la population adulte semble servir notamment à informer les acteurs du milieu scolaire et traite peu d'enjeux sociaux jugés d'intérêt pour les jeunes adultes sans enfants.

Victor se dit plutôt en désaccord avec l'énoncé selon lequel les médias francophones sont de qualité. En discutant avec lui, je m'aperçois que sa réponse ne concernait pas l'ensemble des médias francophones, mais bien les médias francosaskois précisément. En effet, il est d'avis que les médias québécois et français sont de « très haute qualité ». Par contre, il mentionne l'absence de contenu ou du « contenu très limité » dans l'*Eau vive* et la promotion d'événements du milieu associatif d'une qualité déficiente. En ce qui concerne la musique, il dit qu'il y en a très peu qui est produite dans l'Ouest et que les artistes doivent s'expatrier vers le Québec pour pouvoir se réaliser. Quant aux téléséries

et aux films, il est d'avis que l'absence d'une production anglophone donne peu d'espoir pour les projets francophones.

Bien que le nombre de participants aux entrevues soit relativement restreint, les cinq participants présentent chacun une diversité de caractéristiques démolinguistiques repérables au sein de la population fransaskoise et permettent de cerner les divers rapports que les Fransaskois peuvent entretenir avec les médias francophones. Se distinguant les uns des autres quant à leurs degrés variés d'appartenance à la Fransaskoisie, Marie, Élodie, Patrick, Andrea et Victor offrent des témoignages riches en ce qui a trait aux usages et aux contextes de consommation des divers médias. Ces témoignages permettent d'identifier plusieurs faiblesses de l'offre médiatique francophone en Saskatchewan, lesquelles seront exposées dans les pages suivantes dans le but d'explorer les pistes de solutions possibles aux problèmes de représentativité, d'accessibilité et de qualité.

## 6 PROBLÈMES IDENTIFIÉS

Maintenant que les résultats du sondage et les discours des répondants aux entrevues ont été présentés, quels problèmes ont pu être identifiés ? Les discours convergent notamment sur plusieurs points. Sur le plan de la représentativité, les répondants sont d'avis que les médias canadiens francophones sont centrés sur le Québec et insensibles aux réalités régionales. Sur le plan de l'accessibilité, les données et les discours témoignent d'un contexte où Netflix domine et où les industries médiatiques régionales et nationales tardent à répondre au virage numérique. Quant à la qualité, les répondants font état de défis journalistiques dans les médias d'information qu'ils estiment contribuer au développement de contenus qui vacillent « entre le manque d'intérêt et le conflit d'intérêts », comme le dit Marie. Plusieurs témoignages font également état d'un traitement déficient des sujets délicats, tels le racisme ou la sexualité.

Ce segment est structuré en fonction des questions de la représentativité, de l'accessibilité et de la qualité des médias. Cette approche permettra de présenter les différents problèmes qui caractérisent l'offre médiatique en Fransaskoisie et qui peuvent expliquer un faible taux de consommation de médias de langue française chez la population à l'étude.

### 6.1 Représentativité

En 2018, l'enjeu de la visibilité de la francophonie minoritaire dans les médias a marqué l'actualité lorsque la journaliste et romancière québécoise Denise Bombardier a suscité l'indignation des représentants des collectivités francophones en situation minoritaire à travers le Canada. Invitée à l'émission *Tout le monde en parle*, l'une des plus écoutées au Canada francophone, elle avait affirmé que les francophones en milieu

minoritaire avaient “disparu” (Pierroz, 2018 ; Radio-Canada, 2018 ; Vachet, 2018). Ces derniers, revendiquant une meilleure représentation au sein de la programmation de la SRC, affirmaient être « mal servis par [le] diffuseur public » (Kenny, 2018). D’ailleurs, trois ans plus tard, Andrea fait allusion à cet épisode lors de notre entretien pour illustrer ce qu’elle estime être une méconnaissance des Fransaskois et d’autres communautés francophones minoritaires.

Andrea, Patrick et Victor ont mentionné le « québécoctrisme » des médias francophones, estimant que celui-ci nuit à leur capacité de reconnaître leurs réalités quotidiennes ou identitaires dans les médias. Même si cela ne semble pas gêner la consommation de contenus francophones que fait Marie, elle convient néanmoins qu’il y a effectivement une prépondérance de contenus centrés sur le Québec dans les médias radio-canadiens.

Cette incapacité de se reconnaître dans les médias francophones s’opère également sur le plan idéologique. Les propos d’Andrea à l’égard des débats sur la laïcité au Québec témoignent justement d’une telle divergence. De plus, l’histoire démontre que les Canadiens francophones en milieu minoritaire sont devenus « emblématiques des tensions entre le nationalisme canadien, le nationalisme canadien-français et la montée du nationalisme québécois » (McLaughlin, 2012, p. 144). Ainsi, le nationalisme canadien-français et la montée du nationalisme québécois dans les années 1950 ont eu pour effet d’accentuer ce clivage idéologique au sein du Canada francophone, clivage qui semble persister. L’objectivité absolue des médias n’étant pas une réalité, la tendance qu’ont les francophones de l’Ouest à s’informer dans les médias anglophones contribue également à cette désolidarisation idéologique. Chagnon (2010) rapporte notamment que, lors des



événements entourant l'Accord du Lac Meech et la *Loi 178* sur l'affichage unilingue français, les francophones de l'Ouest se sont opposés à la volonté du Québec. Ces derniers ont « pris connaissance du dossier linguistique par l'entremise de la télévision anglophone [dont] les réseaux CBC et CTV ont véhiculé des informations souvent inexacts et teintées d'une opposition politique » (p. 47).

En marge de mon entrevue à l'émission de radio *Pour faire un monde*, sur les ondes de Radio-Canada – ICI Saskatchewan, pour parler de l'enquête, la chercheuse chargée de l'entrevue préliminaire de vérification m'a confié se désoler du fait que les Fransaskois d'origine sont peu nombreux, à l'antenne comme à l'écran. Cet avis est partagé par Andrea qui affirme en entrevue qu'au « téléjournal en Saskatchewan, c'est une Française et un Québécois qui font les nouvelles », soulignant ainsi le fait qu'il y a une absence de voix franco-minoritaires et non-francophones. Selon mon interlocutrice, le « personnel visible », celui qu'on entend et qu'on voit dans les médias, provient souvent du Québec, ce qui accentue la perception selon laquelle les stations régionales de Radio-Canada constitueraient une sorte d'école qui permet de former une relève québécoise.

Ce discours ne date pas d'hier. Dès ses débuts, la radio fransaskoise fut confrontée à cette difficulté d'embaucher du personnel qualifié au sein de la population qu'elle desservait. Le roulement du personnel était également très élevé « [p]uisque les jeunes de l'Ouest ne maîtrisaient pas toujours assez bien la langue française et [...] les deux postes de radio n'avaient pas les moyens financiers pour mettre sur pied une école de radio[,] CFNS et CFRG devaient recruter leur personnel dans l'Est du pays », conférant aux postes saskatchewanais leur allure « [d']école de formation pour de futures vedettes de Radio-Canada » (Gareau, 2002a, p. 74-75). Près d'un siècle avant cette enquête, la Commission

Aird prônait l'embauche d'annonceurs « compétents et cultivés » dont les compétences linguistiques seraient soumises « à des épreuves permettant de juger de leurs aptitudes » (Gouvernement du Canada, 1929, p. 12). Ainsi, les exigences vis-à-vis d'une maîtrise particulière de la langue française en fonction de certaines normes semblent bien ancrées dans les pratiques de Radio-Canada, d'après ce qui a été énoncé précédemment par Marie concernant les épreuves linguistiques et l'absence de voix issues de la fransaskoisie sur les ondes, en raison de l'enseignement français jugé « déficient » à l'échelle provinciale.

Marie affirme néanmoins que, selon son expérience, une bonne partie du personnel en coulisse est fransaskoise. D'après elle, bien que les Fransaskois soient moins visibles au sein du service d'information de Radio-Canada, ils le sont davantage à l'échelle communautaire dans les émissions comme *Oniva* (Société Radio-Canada, 2022c) et *Fureteuse fransaskoise* (Société Radio-Canada, 2022a).

*Marie : Si tu avais un diplôme, tu avais une connaissance, tu parlais bien français, on t'embauche pis on t'en trouve la job[...] Ça s'adonne que ces gens-là ne sont pas dans le compartiment information, mais ils sont plutôt dans le compartiment communautaire.*

À la lumière de ces commentaires à l'égard du double mandat informationnel et communautaire de Radio-Canada, la préoccupation à l'égard de la représentativité des médias semble plus grande lorsqu'il est question de médias d'information et non de médias de divertissement. En effet, aux débuts de la radio francophone en Saskatchewan, des émissions comme *Un homme et son péché* ou *La soirée du hockey* étaient appréciées du public fransaskois, d'autres, comme *Le réveil rural*, auraient présenté « un contenu beaucoup trop québécois » selon ce même public (Gareau, 2002a, p. 76).

Quant aux témoignages des répondants au sujet de leur consommation de médias audiovisuels, Andrea, Patrick et Victor (les plus jeunes répondants) disent regarder surtout des émissions ou des films issus des États-Unis (*Friends*, *Brooklyn Nine-Nine*, les films de la franchise Marvel) ou française (*Dix pour cent*, *Mortel*, *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu?*<sup>72</sup>). En ce qui concerne la consommation des médias anglophones et la prépondérance de contenus américains, il est possible que cette tendance s'explique par la capacité des répondants de s'identifier également à l'exogroupe anglophone majoritaire. Certes, il est ici question de produits culturels américains, et ce serait là matière à une tout autre recherche sur l'américanisation de la culture canadienne anglophone qui dicte en grande partie les orientations des politiques publiques en matière de culture, communications et radiodiffusion. Cependant, le constat s'impose quant à la fragmentation identitaire et linguistique marquée au sein de la francophonie canadienne (Breton, 1994 ; Martel, 1997). Ce genre de fragmentation identitaire, est-elle aussi marquée au sein de l'anglophonie ?

Andrea fait la remarque justement de la diversité d'accents régionaux au sein de la francophonie canadienne. Or, sur le plan linguistique, est-il possible que l'écart entre la variété d'anglais parlé dans les grands médias américains et celle dans les médias anglo-canadiens soit moins prononcé que celui qu'on observe au niveau des variétés de français parlé au Canada ? Filion (2006) estime qu'il y a effectivement une absence de barrière linguistique qui facilite davantage l'américanisation de la télévision canadienne anglaise que la télévision canadienne-française (Filion, 2002, p. 16). C'est en partie ce qui, en plus de l'absence de références explicites à des repères culturels canadiens, pourrait faciliter le

---

<sup>72</sup> de Chauveron, 2014

rayonnement d'émissions de divertissement comme *Schitt's Creek* dans l'industrie télévisuelle à dominance états-unienne (Kannen, 2019, p. 57-60). Conséquemment, il est possible que les répondants dont l'identité bilingue est plutôt forte ne fassent pas de distinction importante entre les médias anglo-canadiens et anglo-américains. Andrea dit être de l'avis que les médias anglophones canadiens vont « parler de choses plus globales ». Cette globalité du message permettrait alors d'échapper en quelque sorte à cette fragmentation apparente dans les messages canadiens de langue française en raison de la multiplicité des minorités francophones (Breton, 1994, p. 60).

## 6.2 Accessibilité

Qu'est-ce qui explique par contre la prépondérance de contenus de provenance française dans les choix de consommation ? Andrea, Patrick, Victor et Marie font état du québéco-centrisme qui contribuerait à l'incapacité des Fransaskois de se reconnaître dans les médias canadiens francophones. Laflamme (1992) parle également d'une désolidarisation du Québec et même d'une défrancisation résultant d'une surévaluation des messages anglophones, qui dominant dans le paysage médiatique des minorités francophones (p. 33). Pourquoi alors les répondants privilégient-ils la consommation de produits culturels issus de l'Hexagone ? Les réponses au sondage indiquent que très peu de répondants dans l'échantillon estiment que les médias francophones internationaux sont représentatifs de leur réalité.

Le fait que l'ensemble des émissions et des films nommés soit diffusé sur Netflix et que chacun des répondants, à l'instar de la majorité des répondants au sondage, est abonné à cette plateforme n'est peut-être pas anodin. Au moment de réaliser l'enquête, les contenus francophones sur Netflix étaient peu nombreux. Il y avait certes quelques films et

spectacles canadiens francophones (*Bon cop bad cop* (2006), *Martin Matte : La vie, la mort. . . eh la la..!* (2019), *Jusqu'au déclin* (2020)), mais le catalogue de contenus français était beaucoup plus développé et comprenait notamment des téléseries et non uniquement des longs métrages.

Comment expliquer la prépondérance de contenus français sur Netflix ? D'une part, des considérations démographiques peuvent expliquer sommairement cette prépondérance, la France ayant un pouvoir de représentation démographique plus forte que le Canada au sein des pays francophones. D'autre part, la conclusion d'une entente avec le gouvernement français en janvier 2020 et officialisée par décret en juin 2021 oblige désormais l'entreprise mondiale à verser 25 % de ses revenus perçus sur le territoire français aux industries culturelles françaises (Choppin, 2021 ; Ministère de la culture, 2021 ; Piquard, 2020). Pour sa part, le Canada ne bénéficie pas d'une telle entente. La dernière entente conclue par le gouvernement fédéral avec le géant numérique date de 2017 et a fait l'objet de nombreuses critiques, notamment à l'égard de la capacité de l'investissement pécuniaire (500 millions dollars sur 5 ans exempts de taxes), et l'absence de contrôles en matière de production francophone (Copibec, 2018 ; Lemasson et Paquin, 2018). Des ententes à l'échelle des institutions ont néanmoins été conclues depuis et laissent présager l'accroissement des contenus canadiens et francophones présents dans le catalogue de Netflix, comme celle conclue avec l'Institut national de l'image et du son (INIS) à Montréal (Bourgault-Côté, 2018).

En bref, la consommation d'émissions et de films français que font les répondants est surtout une question d'accessibilité et non de représentativité. Par ailleurs, ce même argument pourrait expliquer la prépondérance de contenus américains dans les choix de

produits culturels, l'industrie télévisuelle et cinématographique américaine exerçant un pouvoir hégémonique mondial sur les médias (Boulangier, 2014). La représentativité des médias consommés, qu'ils soient d'information ou de divertissement, aurait une importance relative en fonction de l'accessibilité des contenus. Cela dit, la représentativité demeure un enjeu, comme il a été mentionné, en raison du caractère minoritaire grandement diversifié de la Fransaskoisie.

L'enquête révèle également que l'accessibilité des médias doit être considérée en conjonction avec les méthodes de consommation de ceux-ci. En février 2022, l'Observateur des technologies médias (OTM) faisait état d'une adhésion de 77 % des Canadiens à des services de diffusion en continu, tandis que celle à des abonnements aux services de télévision traditionnels était de 70 % (OTM, 2022). De plus, ce n'est pas seulement l'audiovisuel qui est touché par la popularité des services de diffusion en continu. Ceux-ci ont également révolutionné la façon de consommer de la musique, autant qu'ils ont perturbé les modèles de rémunération des créateurs et des artistes. *L'Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*, réalisée par Wall Communications pour le compte de Patrimoine canadien et publiée en 2020, faisait état d'une précarité économique chez les artistes de l'industrie du disque, entraînée par l'adhésion massive des consommateurs de musique à ces plateformes<sup>73</sup> (Wall Communications Inc., 2020). Ces artistes ont notamment constaté des pertes de revenus significatives, les consommateurs étant devenus peu enclins à consommer de la musique par l'achat d'albums.

---

<sup>73</sup> En 2018, le nombre d'abonnés payants à des services de diffusion en continu était estimé à 4,6 millions (Wall Communications Inc., 2020).

La présente enquête révèle que 76 % des répondants disent consommer de la musique surtout ou uniquement en format numérique. Quant aux médias audiovisuels, une majorité (65 %) a répondu en indiquant en consommer uniquement en format numérique. D'ailleurs, tout compte fait, c'est 90 % des répondants qui affirment consommer des médias audiovisuels en format numérique. Une faible proportion dit privilégier une consommation uniquement par voie satellite (4 %) ou par câble (5 %)<sup>74</sup>. Les Fransaskois ne font alors pas exception en ce qui concerne le virage numérique télévisuel, certains ne consommant des contenus qu'exclusivement dans ce format.

Ce que Victor rapporte concernant la chaîne *Unis TV* (p. 160) en dit long sur la politique culturelle canadienne et sa capacité de s'adapter aux transformations technologiques. La saga de la radio canadienne et de la radio francophone particulièrement est un exemple des retards qu'a entraînés la politisation des médias au pays. Est-ce que l'histoire serait en train de se répéter par rapport au virage numérique ? À vrai dire, le développement des politiques canadiennes en matière de communications, de diffusion et d'entreprises culturelles s'est réalisé surtout en réponse à l'hégémonie américaine qui, à l'époque des Commissions Aird et Massey, exerçait déjà son emprise sur le paysage médiatique canadien (Gouvernement du Canada, 1929 ; Stewart et Kallmann, 2019). En revanche, comme le trafic d'influence n'a pas été le seul facteur du retard dans le développement des industries, des défis logistiques se sont également imposés. Le même phénomène peut être observé sur le plan du développement du marché des services de diffusion en continu. *Unis TV* en est un exemple. Lancée par TV5 Québec Canada en 2014, la chaîne n'était à ce moment-là accessible que par câblodistribution ou télévision satellite. Bien qu'elle bénéficie « à

---

<sup>74</sup> Un répondant s'est abstenu de répondre, ce qui représente 1% des réponses totales.

travers le Canada de la distribution obligatoire au service numérique de base », il a fallu attendre l'année 2019 pour qu'une refonte de son environnement numérique permette d'ajouter des applications mobiles, auxquelles s'ajoute « une série d'applications pour télévisions connectées » (TV5 Unis TV, s. d.). Or, Netflix est bien ancré dans le paysage médiatique canadien depuis 2010.

Enfin, le manque d'accessibilité des médias francophones peut effectivement avoir un effet sur l'appropriation de la langue française par les Fransaskois, comme le démontre l'histoire. Sur ce point, Wilhelm explique que la direction du journal *Le Patriote de l'Ouest* ne sut pallier l'assimilation galopante des pionniers francophones en Saskatchewan au début du vingtième siècle en raison de l'accessibilité des journaux de langue anglaise, ainsi que la rapidité avec laquelle ceux-ci parvenaient à transmettre l'information pertinente à l'exercice du métier d'agriculteur :

*Le contenu du journal, ses nouvelles, ses chroniques sont [...] trop étriqués, trop conventionnels, trop en retard de l'actualité pour que ce journal soit la lecture principale des foyers. Cette place est réservée aux quotidiens anglais de la ville voisine qui renseignent sur les actualités régionales, nationales et internationales, et les fermiers devront trouver une autre source d'information dans les journaux agricoles, où les termes anglais deviennent vite plus familiers que les expressions françaises. (Wilhelm, 1992, p. 275)*

### 6.3 Qualité

L'énoncé de Wilhelm est d'intérêt dans la mesure où les discours des répondants à l'égard de la qualité des médias concernent surtout la qualité de l'information véhiculée dans les médias régionaux découlant des défis journalistiques inhérents à la pratique du métier en milieu minoritaire. En effet, les propos de Marie concernant une presse qui est soit vide d'intérêt soit empreinte de conflits d'intérêts sont percutants. Ceux d'Élodie à



l'égard de ce qu'elle estime être une « complaisance » envers les discours corporatifs supposément véhiculés par ces médias, le sont tout autant.

D'abord, l'étroitesse des liens entre les médias, l'*Eau vive* et Radio-Canada plus précisément, et le réseau institutionnel fransaskois rend difficile la tâche des journalistes de terrain d'aller au fond des questions qui touchent la gouvernance, le financement et les tensions au sein de la communauté. Collette Brin (2013) rapporte d'ailleurs cette difficulté qu'éprouvent certains stagiaires en journalisme qui optent pour une expérience en milieu minoritaire à conjuguer le devoir d'informer et la nécessité de courtiser les institutions. En gros, les stagiaires qui relèvent ce défi estiment qu'ils doivent sensibiliser les acteurs du milieu communautaire, déjà méfiants à l'endroit d'une relève journalistique arrivée du Québec, aux objectifs du service d'information qui ne consiste pas à faire la promotion des institutions<sup>75</sup> (Brin, 2013). Ces témoignages rejoignent celui de Marie qui estime que le service d'information du diffuseur public est peu apprécié du public fransaskois, et que le volet communautaire et culturel trouve davantage l'appui de ce dernier. Il s'avère donc difficile, dans une communauté qui, malgré sa dispersion géographique, se veut « tricoté[e] serré[e] », d'aller au fond de certains enjeux, tout en respectant les principes journalistiques d'exactitude, d'intégrité, d'équité et de crédibilité (Chagnon, s. d., p. 44).

En outre, la presse francophone dans l'Ouest a longtemps eu comme caractéristique sa nature engagée, voire militante (Brault, 1992, p. 282). La nature transitoire du personnel journalistique, ainsi que les défis logistiques en raison des distances physiques à parcourir, sont des facteurs qui rendent difficile le maintien de ce trait distinctif (Chagnon, s. d., p.

---

<sup>75</sup> Inversement, la communauté est appelée à former ces journalistes en herbe dans la mesure où elle sert d'école de formation pour ces derniers.

76). Toutefois, à la lumière de ce qui a été rapporté concernant l'adhésion croissante à une identité qui se veut bilingue et non exclusivement francophone, ainsi que les changements démographiques ayant amené une diversité ethnoculturelle au sein de la Fransaskoisie elle-même, et la fragmentation des francophonies canadiennes, semblent être encore plus en cause. Les revendications sociales se multiplient et ne concernent plus exclusivement le maintien du fait français et de la religion catholique, comme par le passé.

Andrea, Élodie et Victor se sont tous exprimés au sujet de la couverture du mouvement BLM et du racisme au sein de la communauté par les médias fransaskois. Pour Élodie et Andrea, l'absence d'un discours probant sur l'enjeu du racisme équivaldrait à une complaisance avec les institutions qui voudraient enterrer ou discréditer les prises de parole éventuelles. Andrea suggère que le réseau anglophone va plus en profondeur que le réseau francophone, qui aborde superficiellement la question du racisme afin de se donner bonne conscience (paradoxalement, elle dit ne pas consommer de médias francophones). Victor fait écho à ce constat d'une prépondérance de discours anglophones à l'égard du traitement des enjeux sociaux et militants. Il mentionne les pensionnats autochtones et le mouvement BLM. Il puise ses informations dans les réseaux sociaux, et les contenus mis à sa disposition sont essentiellement anglophones. Or, les médias francophones ont néanmoins rapporté l'actualité concernant les pensionnats autochtones et les affaires autochtones, comme ils ont rapporté dans l'actualité les événements entourant le mouvement BLM.

Il est à nouveau question de la condition minoritaire des répondants et le contact soutenu avec l'anglais. Les Fransaskois, dont le poids démographique est faible, forment un endogroupe dans un contexte de diglossie avec un exogroupe anglophone majoritaire.

Les liens sociaux, professionnels, familiaux ne sont donc pas restreints au milieu francophone, et les réseaux, autant réels que virtuels, seraient constitués de membres appartenant à d'autres groupes linguistiques que le leur, notamment l'exogroupe anglophone. Par conséquent, dans le cas des médias sociaux, si les membres des réseaux auxquels les Fransaskois sont abonnés partagent surtout des contenus de langue anglaise, cela a pour effet d'influencer la consommation médiatique de ces derniers. Il y a donc l'effet des bulles de filtres et des algorithmes qui enserrant davantage les Fransaskois dans un paysage médiatique où les messages anglophones dominent (Pariser, 2011 ; Savoir média, 2019).

Quant au « manque d'intérêt » qu'évoque Marie, l'absence d'une stratégie de développement de contenus diversifiés nuirait également à l'attractivité des médias en Fransaskoisie. En parlant notamment des contenus de Radio-Canada, Andrea, se situant dans la tranche d'âge 18 - 24, est d'avis que « les sujets sont axés vers une génération autre que là [sienne] ». La jeune femme souligne également l'absence d'une diversité de contenus véhiculée vers un plus grand éventail de consommateurs issus d'une diversité de groupes démographiques. Patrick, pour sa part, se plaint d'une trop grande présence de contenus à caractère pédagogiques. Élodie dit lire l'*Eau vive*, non pas parce que cela l'intéresse, mais parce que son enfant est à l'école fransaskoise et qu'elle se doit d'être informée sur ce qui s'y passe. L'école représentant l'institution au cœur de la communauté et emblématique de sa survivance (Gareau, 1992), il semble plutôt normal que les médias s'y intéressent. C'est là que les consommateurs se trouvent ! Néanmoins, la perception qu'on consomme les médias francophones dans un cadre familial ou scolaire entraîne une saturation du champ médiatique. Par conséquent, pour un Fransaskois sans enfant ou qui

ne travaille pas dans le milieu scolaire, la pertinence des sujets abordés par l'*Eau vive*, les guides pédagogiques et la sélection de livres proposée par la Nouvelle plume est réduite. Ces sujets sont peu susceptibles d'intéresser le groupe des adultes francophones sans enfant, qui est néanmoins bien représenté au sein de l'échantillon.

## 7 PISTES DE SOLUTIONS

Maintenant que plusieurs problèmes relatifs à la représentativité, à l'accessibilité et à la qualité des médias ont pu être identifiés, quelles pistes de solutions s'offrent alors aux Fransaskois pour y remédier ? De plus, comment capitaliser sur le développement du champ médiatique comme processus de revitalisation langagière ? La question : « D'après vous, comment l'offre médiatique de langue française auprès des Fransaskois peut-elle être améliorée ? », a été posée à chacun des participants aux entrevues. Les réponses permettent d'orienter la réflexion dans les pages qui suivent et de la structurer, comme dans la section précédente, en fonction des questions de représentativité, d'accessibilité et de qualité.

### 7.1 Représentativité

D'abord, comment répondre aux préoccupations entourant la représentativité, et particulièrement le québéco-centrisme allégué des médias ? La désolidarisation des communautés francophones en milieu minoritaire avec le Québec est certainement un enjeu d'importance qui n'est pas à la veille de disparaître. D'ailleurs, Filion (2006) affirme que les médias auraient pu même accentuer ce phénomène. Ce dernier estime « [qu']au lieu de servir l'identité canadienne purement hypothétique, souhaitée par les théoriciens d'un Canada uni et monolithique, la radio et la télévision pourraient avoir contribué à raffermir des identités irréductibles » (Filion, 2006, p. 77). Le retour à une conception du Canada français uni, prédatant les États généraux de 1967-1969 et de la Révolution tranquille, est invraisemblable, surtout dans la mesure où les communautés francophones en milieu minoritaire se diversifient sur le plan ethnoculturel à une cadence soutenue. Les propos des participants aux entrevues en témoignent. Élodie et Andrea estiment qu'il faudrait faire une plus grande place aux minorités visibles au sein de la communauté. Patrick, quant à lui,

préconise une plus grande inclusion des membres de la communauté « qui [ne sont] pas francophones dans le sens traditionnel [du terme] ». Il estime que les médias doivent s’y adapter. En bref, malgré les recommandations de la Commission sur l’inclusion, cette notion d’inclusivité, d’après les participants, tarde à se répercuter dans les médias.

La Fransaskoisie, et vraisemblablement l’ensemble des communautés francophones de l’Ouest, est confrontée à la nécessité de conjuguer ce désir de visibilité avec un pluralisme culturel croissant. Selon Breton (1994), celui-ci « permet et même exige des appartenances et des identifications multiples et changeantes » (p. 60). Ces propos trouvent un écho chez Élodie qui estime que « la communauté francophone va continuer de changer et on a intérêt à vivre ensemble ». Se peut-il que pour atteindre la représentativité dans les médias fransaskois tout en assurant leur viabilité, il faille repenser l’identité francophone dans l’Ouest, pour faire contrepoids à la surreprésentation québécoise et en arriver à une représentation plus harmonieuse de la réalité régionale ? En d’autres termes, la fusion des identités francophones des Prairies, franco-albertaine, franco-manitobaine et fransaskoise, ou peut-être même de l’Ouest dans son ensemble, franco-colombienne, franco-yukonnaise, franco-ténoise et franco-nunavoise, pourrait-elle être salutaire ?

Le site Internet WebOuest tente justement de relever le pari de créer une plateforme médiatique qui dessert les francophones « [d]es Prairies à l’océan Pacifique tout en explorant le Grand Nord canadien » (WebOuest.ca et Les Productions Rivard inc., 2022). Lancé en février 2022 par les Productions Rivard, « société indépendante de production audiovisuelle et nouveau média [...] [s]ituée à Winnipeg » (Les Productions Rivard inc., 2022), WebOuest propose une diversité de contenus sous forme de blogues, de baladodiffusions et de web-séries. Comme cela ne fait que quelques mois que le site est en

fonction, il est difficile de mesurer sa réception au sein de la Fransaskoisie et des autres francophonies de l'Ouest. À vrai dire, ce n'est pas la première fois qu'un organisme franco-manitobain se trouve instigateur d'une telle initiative. L'histoire montre que la centralisation des médias n'est pas sans faille. Certes, il a surtout été question jusqu'ici de la rupture entre le Québec et les « avants-postes » du Canada français. Toutefois, l'histoire de la fusion des journaux *Le Patriote de l'Ouest* et *La Liberté* témoigne d'une désolidarisation précoce qui s'est opérée au sein même de la francophonie minoritaire. Dans un contexte où l'émergence d'identités francophones distinctes en fonction des frontières territoriales et provinciales se confirmait de plus en plus, la centralisation de l'organe de presse francophone de l'Ouest canadien par les Oblats a suscité de l'insatisfaction chez les francophones de la Saskatchewan (Brault, 1992, p. 289 ; Collège universitaire Glendon et Institut français de l'Université de Régina, 2006). Brault rapporte notamment que Raymond Denis, « l'infatigable défenseur des droits des Canadiens français de la Saskatchewan », s'opposait à la fusion, car, selon lui, le journal deviendrait le porte-parole des organisations franco-manitobaines et n'accorderait pas suffisamment de visibilité aux organisations et aux enjeux fransaskois (Brault, 1992, p. 289 ; Société historique de la Saskatchewan, 1992). Or, le contexte était fort différent de celui d'aujourd'hui, le poids démographique des francophones étant plus élevé et la composition démographique beaucoup plus homogène. Les francophones de l'Ouest d'aujourd'hui sont peut-être mûrs pour une consolidation de leurs institutions culturelles. Cependant, comme les identités provinciales demeurent très fortes, le défi que représenterait une telle réorganisation est considérable et dépasserait le simple cadre médiatique.

Qu'en est-il par ailleurs de la visibilité des Fransaskois de langue maternelle anglaise ou autre dans les médias ? Comme il a été montré plus tôt, les transferts linguistiques indiquent la conception d'une identité bilingue qui gagne du terrain chez les Fransaskois. Les transferts de l'unilinguisme français vers un bilinguisme anglais-français au sein de la population fransaskoise indiquent la manifestation soit, dans une lecture optimiste comme celle de Laflamme (2001), d'une alternance linguistique, ou bien, dans une perspective alarmiste, d'une anglicisation assimilatrice. L'inclusion des anglophones et des allophones dans les représentations médiatiques fransaskoises devrait tenir compte des inquiétudes exprimées à l'égard de l'angloconformisme dans le cadre de la Commission sur l'inclusion tenue en 2006. D'après Marie, il ne faudrait pas non plus que les journalistes et les recherchistes de Radio-Canada sous-estiment la capacité de ces personnes de s'exprimer en français. Elle est d'avis que, trop souvent, lorsqu'il faut bonifier un reportage ou une chronique avec le témoignage d'un expert, le personnel radio-canadien va recourir au réseau québécois alors qu'il pourrait en trouver un en milieu minoritaire.

## **7.2 Accessibilité**

L'expérience de Victor à l'égard de l'accessibilité d'Unis TV est d'un intérêt particulier en ce qui concerne l'actualité parce qu'elle témoigne d'un retard technologique qui se manifeste de manière pérenne dans l'histoire de médias francophones en milieu minoritaire. D'abord, il y a eu le long combat mené pour l'obtention de postes radiophoniques gérés par et pour la communauté francophone de la Saskatchewan. Ensuite, la télévision de langue française a pris 22 ans pour s'implanter dans la province. Ainsi, l'histoire semble se répéter en ce qui concerne les plateformes de diffusion en continu,



parmi lesquelles Netflix domine, alors que le gouvernement tarde à développer des ententes favorables aux industries culturelles canadiennes.

Déjà, au moment de publier son rapport en 1929, la Commission Aird semblait se soucier de la nature évolutive des technologies de télécommunications, préconisant la création d'un mécanisme permettant de suivre « le développement de la radiodiffusion, bien au-delà de son état actuel, et qui comporterait la télévision [...] afin que le service de radiodiffusion au Canada puisse être sur le même pied que dans tout autre pays » (Gouvernement du Canada, 1929, p. 8). Or, pendant longtemps, les contenus de langue française étaient anémiques sur Netflix et les réseaux de télévision francophones, également producteurs de contenus, ont tardé à développer les technologies nécessaires pour concurrencer l'offre anglophone. De plus, la lenteur avec laquelle le cadre législatif s'adapte pénalise les industries culturelles, les acteurs comme Netflix pouvant opérer sans être redevables économiquement. Ce problème touche également les médias audios, les diffuseurs en continu, comme Spotify, mettant à la disposition des abonnés un catalogue infini de musique sans redevabilité apparente envers les artistes locaux. En fait, c'est vraiment à l'image de ce qui se tramait à l'époque de l'avènement de la radio.

D'après Laflamme, « plus sont faibles les conditions de l'interrelation entre un groupe linguistique et ses médias, plus il lui faut intervenir politiquement » (Laflamme, 1992, p. 30). Les Commissions Aird, Massey et Fowler et les lois qui en découlent témoignent effectivement de cette intervention politique qui a favorisé, non sans limites, le déploiement de nouveaux médias à travers le pays, notamment dans les communautés franco-minoritaires. Encore aujourd'hui, l'intervention gouvernementale est réclamée pour encadrer les marchés médiatiques et favoriser l'accès à des contenus francophones.

Certains chercheurs sont d'avis que la mise en œuvre de l'article 41(1) de la *Loi sur les langues officielles* (LLO) devrait comprendre une stratégie visant le développement du champ médiatique (Cardinal et Juillet, 2005 ; Desjardins *et al.*, 2010). Cette partie de la loi stipule que le gouvernement est tenu de « promouvoir la pleine reconnaissance et l'usage du français et de l'anglais dans la société canadienne » (Loi sur les langues officielles, 1985, art. 41[1]). Les propos de De la Garde et Paré (1992) suggèrent le bien-fondé d'une intégration des médias à la politique linguistique canadienne lorsqu'ils identifient « l'édition, le cinéma, l'enregistrement sonore et les télécommunications » comme des moyens de diffusion collective servant à la promotion et à l'amélioration de la langue (De la Garde et Paré, 1992, p. 84).

En 2018, à l'occasion du 50<sup>e</sup> anniversaire de la LLO, le Commissaire des langues officielles, Raymond Théberge a affirmé que « la présence d'institutions à vocation [...] médiatique de langue officielle en situation minoritaire pourrait être un indicateur de l'existence d'une communauté et témoigner de sa vitalité ». Il réclame une reconnaissance de la présence de la population minoritaire dans le secteur des communications, et ce, en tenant compte du cadre numérique qui comprend les réseaux sociaux (Commissariat aux langues officielles, 2018). Quant à la volonté populaire, en 2008, dans son enquête auprès de la jeunesse de langue officielle en situation minoritaire, le Comité sénatorial des langues officielles fit le constat de « l'incapacité actuelle de la *Loi* de s'adapter aux nouvelles réalités technologiques », surtout dans la mesure où « l'anglais domine dans [les domaines de] l'Internet [...] la culture de la jeunesse [et] le secteur des nouvelles, des médias et du divertissement » (Denis, 2008, p. 287). D'après le Comité « [l]a *Loi* pourrait permettre la valorisation et la création de contenu en ligne, en français, par l'intermédiaire des médias

sociaux et des plateformes en ligne qui sont devenus des incontournables lorsque le gouvernement communique avec le public » (Sénat Canada, 2018, p. 39).

Malgré les voix qui s'élèvent depuis de nombreuses années pour une modernisation de la LLO, celle-ci demeure prise dans l'engrenage politique et électoral. Un premier projet de loi visant sa modernisation avait été présenté le 15 juin 2021, mais a été rapidement tabletté en raison du déclenchement des élections (Radio-Canada, 2021a). Le 1<sup>er</sup> mars 2022, un nouveau projet de loi est présenté à la Chambre des communes, largement inspiré du premier, mais il ne contient aucun langage explicite en ce qui a trait aux médias. Le projet de loi C-13, présentement à l'étude, propose notamment d'enchâsser dans la nouvelle loi l'engagement du gouvernement à « protéger et à promouvoir le français » en reconnaissance de son statut minoritaire « au Canada et en Amérique du Nord en raison de l'usage prédominant de l'anglais » (Ministre des langues officielles et ministre responsable de l'agence de promotion économique du Canada atlantique, 2022).

Cette modification à la loi, si adoptée, pourrait avoir une incidence notamment sur la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, dont le projet de loi C-11, également à l'étude, propose de nombreux amendements importants en ce qui a trait à l'accessibilité des médias de langue française. À priori, en reconnaissant le contexte minoritaire du français en Amérique du Nord, le projet de loi propose d'ajouter l'engagement de « soutenir la production et la radiodiffusion d'émissions originales de langue française » en responsabilisant les entreprises de radiodiffusion. De plus, le gouvernement propose d'enchâsser dans la loi l'obligation des « entreprises en ligne qui fournissent les services de programmation provenant d'autres entreprises de radiodiffusion [à] assurer la découvrabilité des services de programmation canadienne ainsi que des émissions

canadiennes originales, notamment les émissions originales de langue française, dans une proportion équitable » (Ministre du patrimoine canadien, 2022). Même si ces projets de loi sont adoptés, il faudrait attendre pour voir si leur mise en œuvre permettrait au gouvernement de soutenir une adaptation rapide à de nouveaux avancements technologiques qui changeraient les modes de consommation médiatique des Canadiens.

### 7.3 Qualité

Selon les répondants, les enjeux de qualité, qui chevauchent ceux d'accessibilité et de représentativité, concernent surtout le travail journalistique et la façon dont les informations sont rapportées. Les participants aux entrevues sont plutôt pessimistes quant à la possibilité d'améliorer la qualité des médias. Selon ces derniers, tout est une question de ressources. D'après Marie, « on fait ce qu'on peut avec ce qu'on a ». Elle mentionne d'ailleurs qu'il y a cinq fois plus de journalistes du côté de la CBC en Saskatchewan. La difficulté que certaines recrues radio-canadiennes peuvent avoir à communiquer avec la population d'expression anglaise<sup>76</sup>, ainsi que la nature transitoire de ces jeunes journalistes, s'ajouteraient aux défis. Ces facteurs feraient en sorte que les informations sont rapportées avec moins de rapidité ou que le service d'information passe à côté d'opportunités. Quant à Andrea, elle observe que « les régions n'ont pas les mêmes ressources que la maison mère ». Selon elle, l'exiguïté de la Fransaskoisie, dont la population et le poids démographique s'amenuisent au fil des ans, ne permet pas d'envisager l'obtention de davantage de ressources. Élodie fait écho à cette perception selon laquelle la Fransaskoisie, dans sa conception actuelle, est vouée à disparaître.

---

<sup>76</sup> Marie mentionnait que certains journalistes pouvaient manquer d'aisance en anglais, ce qui représentait un défi lorsqu'il fallait rapporter sur des événements qui ne touchaient pas exclusivement la communauté fransaskoise.

*Élodie : Les médias vont devoir contribuer au vivre ensemble, sinon les gens vont se tourner vers des médias moins rigides. Ce serait au détriment de la Fransaskoisie et à l'avantage de la francophonie tous ensemble. La Fransaskoisie, je ne la vois pas prospérer.*

Victor se montre cependant plus optimiste. Ce dernier estime que ce n'est pas la quantité de ressources « distribu[ées] par le gouvernement » qui doit être ajustée, mais bien l'utilisation qu'en font les institutions pour développer des initiatives de « financement, mentorat et promotion » des projets médiatiques, et ainsi contribuer à l'épanouissement de la Fransaskoisie. À vrai dire, le constat s'impose quant à la dépendance des Fransaskois de la volonté des gouvernements d'investir dans le développement des médias, comme l'histoire en témoigne. Elle entraîne des retards sur le plan du développement d'une stratégie médiatique concertée visant à renforcer la francophonie en milieu minoritaire en contribuant à sa construction identitaire, culturelle et linguistique.

La question de la dépendance envers le gouvernement fédéral pour assurer la viabilité des entreprises culturelles et médiatiques de la Fransaskoisie demeure un enjeu important et témoigne de l'incapacité de la communauté d'exercer un contrôle à l'égard des médias. Laflamme affirme que « la médiatisation assure la visibilité maximale » d'un peuple. Selon ce dernier, le contrôle des médias par une collectivité, et donc du processus de médiatisation, « contribue à développer l'image qu'[elle] se fait d'[elle]-même », lui permet d'en discuter, de juger le monde et de se présenter à celui-ci (Laflamme, 1992, p. 25). Martel parle de la nécessité d'un degré de « complétude institutionnelle » suffisamment élevé pour assurer la capacité des communautés de « s'inscrire dans le temps et l'espace » (Martel, 1996, p. 318). Par conséquent, le constat général de la diminution de la présence francophone en Saskatchewan par l'examen des données statistiques, ainsi que ce que rapportent Élodie et Andrea quant au manque d'organisation et des conflits internes,

suggèrent que le degré de complétude en Fransaskoisie est assez faible. Ceci l'empêcherait vraisemblablement d'encadrer sa production médiatique de manière autonome et ainsi de favoriser l'acquisition de « comportements culturels » (p. 317), dont la création et la revendication d'espaces francophones, auprès de ses membres. De plus, comme le mentionne Marie, le métier de journaliste en milieu francophone minoritaire est « peu attrayant » et l'incapacité de l'appareil institutionnel de s'entendre sur l'utilisation des ressources constitue un défi au recrutement et au développement d'une relève journalistique dans la province. Enfin, recourir à une relève journalistique transitoire formée ailleurs dans la francophonie devient incontournable pour assurer le fonctionnement de Radio-Canada à l'échelle locale.

En ce qui concerne la difficulté de stimuler la volonté des Fransaskois de s'impliquer dans le métier journalistique, il est d'intérêt de considérer ce que dit Élodie à l'égard de « médias rigides ». Elle donne l'exemple de la nécessité éventuelle du Conseil culturel fransaskois (CCF) de recourir à « une influenceuse<sup>77</sup> pour promouvoir son festival<sup>78</sup> ». Elle préconise alors une plus grande exploitation des médias sociaux pour favoriser la visibilité de la Fransaskoisie, avis qui est partagé d'ailleurs par Andrea et Victor qui suggèrent l'avantage d'investir dans des initiatives de création de contenu à l'échelle humaine. Andrea estime justement que « la création d'opportunités pour [des individus] qui ne sont pas [des professionnels dans le domaine des médias], mais qui veulent créer des contenus » permettrait de favoriser le développement du champ médiatique

---

<sup>77</sup> Un influenceur ou une influenceuse est une « personne qui influence l'opinion, la consommation par son audience sur les réseaux sociaux » (Le Robert, s. d.).

<sup>78</sup> La fête fransaskoise.

francophone à l'intérieur de la province, ce qui pourrait donner goût à une relève potentielle de poursuivre un métier dans ce domaine.

Des contenus jugés trop étriqués, à caractère pédagogique ou axés sur les institutions fransaskoises, notamment le milieu scolaire, contribueraient au désintéressement d'un public avec des goûts et des besoins d'information diversifiés. Le journal franco-manitobain *La Liberté* a procédé, grâce au virage numérique, à une refonte de ses contenus, pour inclure une diversité de formats, comme des balados et une webtélé mettant à la disposition de ses abonnés des vidéos-reportages. Depuis 2013, le journal s'illustre comme média innovateur dans sa province. En 2021, il est reconnu en tant qu'« organisation journalistique qualifiée ». Contrairement à l'*Eau vive* dont les rubriques se limitent à la culture, la société, le communautaire, les chroniques et l'éducation<sup>79</sup>, *La Liberté* semble désormais sortir du cadre institutionnel en offrant, en plus de ces rubriques, des catégories consacrées au sport, à l'économie et à la politique. Un tel virage stratégique pourrait permettre à l'*Eau vive* d'atteindre un plus vaste lectorat et remédier à certaines lacunes éditoriales, mais encore faut-il que le média soit doté de ressources adéquates pour soutenir une refonte à cette échelle, ainsi qu'une relève journalistique locale.

---

<sup>79</sup> Dans la rubrique consacrée à l'éducation, il y a notamment deux sous-rubriques, l'une pour le Conseil des écoles fransaskoises et l'autre pour la Cité universitaire francophone.

## CONCLUSION

Qu'en est-il alors de la question posée en début d'enquête : comment et dans quelle proportion, les Fransaskois consomment-ils des médias de langue française ? Selon l'échantillon de la population étudiée, la consommation de médias de langue française varie d'un média à l'autre. Dans bien des cas, la lecture se fait autant en français qu'en anglais, ce qui conforte l'idée qu'on a davantage affaire à une alternance linguistique qu'à une assimilation (Laflamme et Bernier, 1998). La proportion de contenus de langue française s'accroît lorsqu'il est question de l'écoute radiophonique, et les Fransaskois n'ayant pas été instruits dans un contexte scolaire de français langue première semblent en écouter plus que ceux qui l'ont été. À l'inverse, l'anglais est privilégié par un grand nombre de répondants en ce qui concerne la consommation de médias audiovisuels. Celle-ci semble se faire dans un contexte social, et, lorsqu'il est question d'exogamie, ou simplement de colocation anglophone, la tendance semble être à l'angloconformisme.

Je ne prétends pas être linguiste. Cependant, la comparaison des comportements à l'égard des médias audios et des médias audiovisuels permet de formuler une toute autre hypothèse basée sur la théorie des médias chauds et froids qu'il serait certainement intéressant de considérer dans le cadre d'une enquête ultérieure : les Fransaskois dont le contact avec le français au quotidien est mitigé aujourd'hui ou l'était à un autre stade de leur vie, auraient tendance à consommer des médias chauds (les médias écrits et les médias audios) comme stratégie d'appropriation ou de réappropriation linguistique. Il serait alors d'intérêt d'explorer davantage le potentiel des médias comme outils de revitalisation linguistique au sein des minorités. Roger de la Garde et Denise Paré avancent justement que les médias « sont manifestement des lieux de production, de reproduction et de



diffusion d'une culture » (De la Garde et Paré, 1992, p. 84). Quant aux « produits massmédias » et leur impact sur l'apprentissage des valeurs, la transmission de la culture et, bien entendu, l'appropriation de la langue française, les auteurs précisent que « ceux-ci jouissent [...] d'une grande force d'attraction [puisqu'ils offrent], apparemment, plus de plaisir que l'apprentissage scolaire [,] ce qui laisse croire que les valeurs ainsi transmises s'expriment de manière plus claire et concise » (p. 84). Il ne faudrait donc pas sous-estimer l'importance des médias sur le développement de la Fransaskoisie. La continuité linguistique et la construction identitaire ne doivent pas dépendre uniquement de l'école, aussi importante que cette institution puisse être. L'impact des médias peut être considéré comme étant « tout aussi profond » (p. 85) que celui de l'école sur la vitalité sociolinguistique en milieu minoritaire.

Qu'en est-il des perceptions des médias ? Les Fransaskois ont-ils, comme je le supposais, une perception plutôt négative des médias de langue française ? Selon les réponses collectées, l'échantillon du sondage a une vision plutôt positive des médias. Une grande proportion estime que ceux-ci les représentent, surtout à l'échelle régionale. De plus une grande majorité des répondants estiment que l'actualité fransaskoise les concerne. Par contre, la consommation démontre un écart significatif entre la consommation de médias francophones que font les répondants qui ont des enfants et ceux qui n'en ont pas. Ces derniers sont effectivement moins portés à consommer des médias de langue française, et les entrevues semi-dirigées ont conforté la perception selon laquelle les médias fransaskois sont souvent orientés vers la famille et l'éducation. Un contact avec le milieu scolaire favoriserait alors la consommation médiatique francophone. La proportion de Fransaskois, dont ceux qui ont répondu au sondage, travaillant en milieu scolaire étant non-négligeable,

il n'est guère surprenant de constater la place de choix qu'accordent les médias régionaux à ces sujets.

Bien que les perceptions de la plupart des répondants soient positives, j'ai néanmoins choisi des participants dont les perceptions tendaient plus vers le négatif, dans le but de mettre le doigt sur certains défis. Par exemple, il a souvent été question du Québec et de la surreprésentation de celui-ci dans les médias francophones canadiens. En d'autres mots, l'enjeu du « québéco-centrisme » a fait surface à plusieurs reprises lors de l'enquête et semble visiblement irriter certains répondants qui perçoivent une insensibilité à l'égard de la réalité régionale. Certes, le Québec domine dans le paysage culturel et médiatique francophone au Canada, largement en raison de son poids démographique et grâce à un degré de « complétude institutionnelle » beaucoup plus avancé que les francophonies en périphérie, ce qui lui permet de jouir d'une plus grande autonomie culturelle (Landry *et al.*, 2006a, p. 48). Néanmoins, le constat s'impose quant au fossé qui continue de se creuser entre les minorités francophones et la société québécoise. À l'époque des États généraux du Canada français, cette rupture s'était surtout opérée sur le plan idéologique. Or, à la lumière de certaines réponses offertes au sondage et aux entrevues, l'écart sur le plan culturel semble être rendu à un stade plutôt avancé. La question se pose également quant à un écart purement linguistique ? Le registre de langue, la phonologie et le lexique employés dans les médias francophones, seraient-ils trop distincts de ce qu'on entend au sein de la Fransaskoisie ?

Enfin, la volonté politique de promouvoir et de développer le champ médiatique francophone en contexte minoritaire arrive-t-elle trop tard ? La tendance est visiblement au bilinguisme, à un tel point que les institutions, autant que les individus, sont amenées à

se pencher sur la redéfinition des paramètres d'identité(s) francophone(s). Bien que cela puisse avoir un effet bénéfique quant à l'accessibilité des médias francophones, est-ce que les dispositions dans les projets de lois C-11 et C-13 seront trop rigides à l'égard du contenu, s'éloignant de la représentativité tant recherchée dans le milieu minoritaire ? De plus, comment s'assurer que les politiques publiques garantissent une représentation « équitable » des minorités francophones et des Québécois, jugée suffisante par les francophones minoritaires ? Il a été démontré justement que, dans le contexte canadien, la construction identitaire en milieu minoritaire ne s'articule pas uniquement autour des dynamiques relationnelles entre l'endogroupe franco-minoritaire et l'exogroupe anglo-majoritaire. Il y a bel et bien nécessité, dans le développement de stratégies qui visent à assurer la continuité linguistique des minorités franco-canadiennes, de considérer les rapports avec le Québec comme groupe franco-dominant externe. À ce sujet, il serait intéressant de regarder davantage ce qui ressemble à un rejet des produits culturels québécois par les Fransaskois, dans le but de proposer des solutions réalistes qui visent à harmoniser les efforts pour développer la présence médiatique francophone. C'est d'autant plus important que le Québec se trouve également confronté aux phénomènes d'autodévaluation identitaire vis-à-vis d'un champ médiatique anglo-dominant hégémonique (Bernard Barbeau, 2017).

## BIBLIOGRAPHIE

- À ciel ouvert. (2018). *A propos*. À ciel ouvert, la revue littéraire des prairies. <http://www.acielouvert.ca/A-propos>
- Allard, R. (2002). Résistance(s) en milieu francophone minoritaire au Canada. Exploration théorique et analyse du phénomène à partir du vécu langagier et du développement psycholinguistique. *Francophonies d'Amérique*, (13), 7-29. <https://doi.org/10.7202/1005245ar>
- Alliance des radios communautaires du Canada. (2022, 25 mars). Dans *Wikipédia*. Récupéré le 3 mai 2022 de [https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Alliance\\_des\\_radios\\_communautaires\\_du\\_Canada&oldid=192239213](https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Alliance_des_radios_communautaires_du_Canada&oldid=192239213)
- Aroufoune, B. (2021). Lafon, Benoit (dir.). (2019). Médias et médiatisation : Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (22). <https://journals.openedition.org/rfsic/11320>
- Atangana-Abé, J. (2007). *Radio privée francophone du Manitoba*. Encyclopédie du patrimoine culturel de l'Amérique française. [http://www.ameriquefrancaise.org/fr/article-201/Radio\\_priv%C3%A9e\\_francophone\\_du\\_Manitoba.html#.Ye18s\\_DMK3A](http://www.ameriquefrancaise.org/fr/article-201/Radio_priv%C3%A9e_francophone_du_Manitoba.html#.Ye18s_DMK3A)
- Bays, C. et Thomas, C. (2005, 19 septembre). *How I Met Your Mother* [Série télévisée]. 20th Century Fox Television.
- Beaudoin, Y. (2017). *Œuvre de la Propagation de la Foi*. OMI World. <https://www.omeworld.org/fr/lemma/oeuvre-de-la-propagation-de-la-foi-fr/>
- Bell Média. (2022). *Crave en français*. Bell Media. <https://www.bellmedia.ca/fr/salle-de-presse/tv/crave-en-francais/>
- Bernard Barbeau, G. (2017). Disqualification d'autrui, disqualification de soi : l'auto-dévaluation chez les Québécois francophones. *Minorités linguistiques et société / Linguistic Minorities and Society*, (8), 83-101. <https://doi.org/10.7202/1040312ar>
- Bernard Barbeau, G. et Moïse, C. (2019). Transformation des dynamiques minoritaires, paradigmes sociolinguistiques et émotions. *Minorités linguistiques et société / Linguistic Minorities and Society*, (12), 31-50. <https://doi.org/10.7202/1066520ar>
- Bernatchez, M.-L. (2021, 14 décembre). Un avenir prometteur pour les Éditions de la nouvelle plume. *L'Eau vive* (Saskatchewan). <https://leau-vive.ca/Nouvelles/un-avenir-prometteur-pour-les-editions-de-la-nouvelle-plume>

- Bernier, C., Laflamme, S. et Lafrenière, S. (2013). L'effet de la disponibilité des médias et de la densité de la population minoritaire sur la langue d'exposition aux médias. *Minorités linguistiques et société / Linguistic Minorities and Society*, (3), 120-143. <https://doi.org/10.7202/1023803ar>
- Bernier, C., Laflamme, S. et Lafrenière, S. (2014). Dans quelle langue officielle s'expose-t-on aux médias en milieu minoritaire canadien? Dans *La vie dans une langue officielle minoritaire au Canada*. Presses de l'Université Laval.
- Bouchard-Coulombe, C., Lepage, J.-F. et Chavez, B. (2012). *Portrait des minorités de langue officielle au Canada: les francophones de la Saskatchewan*. Statistique Canada, Division de la statistique sociale et autochtone. <http://www.deslibris.ca/ID/231788>
- Boulanger, P. (2014). Médias et world dominance américaine. Dans *Géopolitique des médias* (p. 81-118). Armand Colin. <https://doi.org/10.3917/arco.boula.2014.01.0081>
- Boulay, Y. (1998). *Le fransaskois : un aperçu sociolinguistique* [Maîtrise, Université du Québec à Chicoutimi]. <https://constellation.uqac.ca/1044/>
- Bourgault-Côté, G. (2018, 20 avril). *Netflix s'associe à l'INIS*. Le Devoir. <https://www.ledevoir.com/culture/525768/netflix-s-associe-a-l-inis>
- Brault, P. (1992). Médias québécois et médias francophones hors Québec: La presse francophone dans l'Ouest: Son histoire, son influence. Dans F. Harvey, *Médias francophones hors Québec et identité: analyses, essais et témoignages* (p. 281-295). Institut québécois de recherche sur la culture.
- Breton, R. (1964). Institutional Completeness of Ethnic Communities and the Personal Relations of Immigrants. *American Journal of Sociology*, 70(2), 193-205.
- Breton, R. (1994). Modalités d'appartenance aux francophonies minoritaires: Essai de typologie. *Sociologie et sociétés*, 26(1), 59-69. <https://doi.org/10.7202/001102ar>
- Brin, C. (2013, 28 mai). Faire ses classes en milieu minoritaire. *Contact*. [http://www.contact.ulaval.ca/article\\_blogue/faire-classes-milieu-minoritaire/](http://www.contact.ulaval.ca/article_blogue/faire-classes-milieu-minoritaire/)
- Canadian Communications Foundation. (2022a). *CBFT-DT, SRC-TV, Montréal*. History of Canadian Broadcasting. [https://broadcasting-history.com/listing\\_and\\_histories/television/cbft-dt](https://broadcasting-history.com/listing_and_histories/television/cbft-dt)
- Canadian Communications Foundation. (2022b). *CBK-AM, Radio One, Regina*. History of Canadian Broadcasting. [https://broadcasting-history.com/listing\\_and\\_histories/radio/cbk-am](https://broadcasting-history.com/listing_and_histories/radio/cbk-am)

- Canadian Communications Foundation. (2022c). *CBKFT-DT, SRC-TV, Regina*. History of Canadian Broadcasting. [https://broadcasting-history.com/listing\\_and\\_histories/television/cbkft-dt](https://broadcasting-history.com/listing_and_histories/television/cbkft-dt)
- Canadian Communications Foundation. (2022d). *CBWFT-DT, SRC-TV, Winnipeg*. History of Canadian Broadcasting. [https://broadcasting-history.com/listing\\_and\\_histories/television/cbwft-dt](https://broadcasting-history.com/listing_and_histories/television/cbwft-dt)
- Canadian Communications Foundation. (2022e). *CFOM-AM, Québec City*. History of Canadian Broadcasting. [https://broadcasting-history.com/listing\\_and\\_histories/radio/cfom-am](https://broadcasting-history.com/listing_and_histories/radio/cfom-am)
- Canadian Communications Foundation. (2022f). *CFRG-FM*. History of Canadian Broadcasting. [https://broadcasting-history.com/listing\\_and\\_histories/radio/cfrg-fm](https://broadcasting-history.com/listing_and_histories/radio/cfrg-fm)
- Canuel, A. T. (2015). *Adrien Pouliot et le développement de la radio française dans les Prairies*. Fond. litté. Fleur de Lys.
- Cardinal, L. et Juillet, L. (2005). Les minorités francophones hors Québec et la gouvernance des langues officielles au Canada. Dans *La Gouvernance linguistique* (p. 157-176). University of Ottawa Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1ckphsk.14>
- CFCR 90.5FM. (s. d.). *Program Schedule*. CFCR 90.5FM - Saskatoon Community Radio. <https://cfcf.ca/schedule>
- CFRG 93.1. (2022). *CFRG 93 – La voix des prairies*. <https://cfrg93.com/>
- Chagnon, P. (s. d.). *Le journalisme radiophonique à Radio-Canada dans l'Ouest: Desservir sa communauté Existe-t-il une pratique distincte entre les provinces en milieu minoritaire?* [M.A., University of Manitoba (Canada)]. <http://www.proquest.com/pqdt/docview/642644222/abstract/C52E7FB89505498CPQ/39>
- Charbonneau, F. (2015). Un dialogue de sourds?: Les arguments invoqués par les défenseurs et les détracteurs du bilinguisme dans l'espace public anglo-canadien. *Minorités linguistiques et société / Linguistic Minorities and Society*, (5), 13-57. <https://doi.org/10.7202/1029106ar>
- Choppin, D. (2021, 24 juin). *Netflix et les autres plateformes vont devoir respecter de nouvelles règles en France, voici ce que ça va changer*. Capital.fr § conso. <https://www.capital.fr/conso/netflix-et-les-autres-plateformes-vont-devoir-respecter-de-nouvelles-regles-en-france-voici-ce-que-ca-va-changer-187951>

- Clarke, M.-D. (2021). Regard sur les textes. *À ciel ouvert*, (6). <http://www.acielouvert.ca/Portals/26/Revue-PDF/ACO-6-Ecran.pdf?ver=2021-02-22-104014-347>
- Clément, R., Baker, S. C., Josephson, G. et Noels, K. A. (2005). Media Effects on Ethnic Identity Among Linguistic Majorities and Minorities. *Human Communication Research*, 31(3), 399-422. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2005.tb00877.x>
- Clermont-Dion, L. (2020). *Elles parlent* [Baladodiffusion]. Studio SF. <https://studiosf.ca/elles-parlent/>
- Coalition pour la promotion de la langue française et la culture francophone en Saskatchewan. (2022). *Les livres, la lecture et l'édition*. Bonjour SK - Livres. <https://www.bonjour.sk.ca/fr/culture/new-page-v9>
- Collège Mathieu. (s. d.). *Le Lien*. Le Lien - Centre Fransaskois de ressources culturelles et pédagogiques. <https://www.collegemathieu.sk.ca/le-lien>
- Collège universitaire Glendon et Institut français de l'Université de Regina. (2006). *1910 Fondation du journal Le Patriote de l'Ouest*. Francophonies canadiennes : Identités culturelles - Ouest et Nord-Ouest. <https://sites.ustboniface.ca/francoidentitaire/ouest/texte/T1878.htm>
- Comité sénatorial des langues officielles. (2018). *La modernisation de la loi sur les langues officielles: La perspective des jeunes Canadiens*. Sénat Canada. <http://www.deslibris.ca/ID/10095515>
- Commissariat aux langues officielles. (2016, 6 septembre). *Le fait français en Saskatchewan*. <http://www.clo-ocol.gc.ca/fr/statistiques/infographiques/presence-francophone-saskatchewan>
- Commissariat aux langues officielles. (2018). *Rapport spécial au Parlement: une approche fondée sur des principes pour la modernisation du Règlement sur les langues officielles - communications avec le public et prestation des services*. Commissariat aux langues officielles. [http://publications.gc.ca/collections/collection\\_2018/clo-ocol/SF31-139-2018-fra.pdf](http://publications.gc.ca/collections/collection_2018/clo-ocol/SF31-139-2018-fra.pdf)
- Commission sur l'inclusion de la communauté fransaskoise. (2006, septembre). *De la minorité à la citoyenneté*. Assemblée communautaire fransaskoise. <https://www.fransaskois.sk.ca/uploads/files/general/23//de-la-minorit-la-citoyennet.pdf>
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. (2007, 8 janvier). *Décision de radiodiffusion CRTC 2007-6*. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2007/db2007-6.htm>

- Copibec. (2018, 27 février). « *Taxe Netflix* » : *Revue de presse d'une politique controversée*. <https://www.copibec.ca/fr/nouvelle/160/-taxe-netflix-revue-de-presse-d-une-politique-controversee>
- Corbeil, J.-P. (2005). L'exogamie et la vitalité ethnolinguistique des communautés francophones en situation minoritaire : vécu langagier et trajectoires linguistiques. *Francophonies d'Amérique*, (20), 37-49. <https://doi.org/10.7202/1005335ar>
- Couleurs Café Radio. (s. d.-a). Archives animation. *Couleurs Café Radio*. <http://couleurscaferadio.blogspot.com/p/archives.html>
- Couleurs Café Radio. (s. d.-b). Musique fransaskoise. *Couleurs Café Radio*. <http://couleurscaferadio.blogspot.com/p/musique-fransaskoise.html>
- Courtois, C.-P. (2010). « La nation québécoise et la crise des accommodements raisonnables: bilan et perspectives ». *International Journal of Canadian Studies / Revue internationale d'études canadiennes*, (42), 283-306. <https://doi.org/10.7202/1002183ar>
- Crane, D. et Kauffman, M. (1994, 22 septembre). *Friends* [Série télévisée]. Warner Bros. Television.
- Damon, J. (2016). Marshall McLuhan. Les médias chauds et froids. Dans *100 penseurs de la société* (p. 147-148). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.damon.2016.03.0147>
- Daubisse, A. (2014, 10 juillet). *Albert O. Dubé 1928-2014*. L'Eau vive. <https://leau-vive.ca/en/Societe/albert-o-dub233>
- De la Garde, R. et Paré, D. (1992). Les médias de communication et le développement des communautés francophones. Dans F. Harvey, *Médias francophones hors Québec et identité: analyses, essais et témoignages* (p. 83-131). Institut québécois de recherche sur la culture.
- de Chauveron, P. (2014, 16 avril). *Qu'est-ce qu'on a tous fait au Bon Dieu ?* [Comédie]. Les films du 24.
- déCLIC. (2021). À *PROPOS*. déCLIC balado. <https://declicbalado.ca/%C3%A0-propos>
- Denis, W. (2008). Le déclin de l'Empire américain et l'avenir des francophonies en périphérie : le cas de la Saskatchewan. *Francophonies d'Amérique*, (26), 275-305. <https://doi.org/10.7202/037985ar>
- Denis, W. (2010). « Commission sur l'inclusion dans la communauté fransaskoise : de la minorité à la citoyenneté ». Une réflexion sur le cadre idéologique. *Revue du Nouvel-Ontario*, (35-36), 15-46. <https://doi.org/10.7202/1005964ar>



- Denis, W. B. (2002). Le Comité de la radio française en Saskatchewan. Dans *50 ans de radio: tant de choses à se dire* (p. 87-103). Éditions de la nouvelle plume.
- Denis, W. B., Dubois, J.-F., Gareau, L., Genuist, M., Lalonde, A., Lapointe, R., Wilhelm, B. et Wilhelm, P. (2002). *50 ans de radio: tant de choses à se dire*. Éditions de la nouvelle plume.
- Desjardins, M., Gaulin, A. et Doucet, P. (2010). *Les indicateurs de vitalité des communautés de langue officielle en situation minoritaire 3: trois communautés francophones de l'Ouest canadien: Les communautés francophones de la Saskatchewan en milieu rural*. Commissariat aux langues officielles. <http://www.deslibris.ca/ID/222138>
- Dubois, J.-F. (2002a). Ici Radio-Canada, la radio fransaskoise. Dans *50 ans de radio: tant de choses à se dire* (p. 123-136). Éditions de la nouvelle plume.
- Dubois, J.-F. (2002b). L'impact de la télévision sur la radio. Dans *50 ans de radio: tant de choses à se dire* (p. 175-190). Éditions de la nouvelle plume.
- Dubois, J.-F. (2002c). Transition entre une radio privée et publique. Dans *50 ans de radio: tant de choses à se dire* (p. 139-153). Éditions de la nouvelle plume.
- Easman, R. (2015, 24 juin). CBC/Radio-Canada. Dans *Encyclopédie Canadienne*. Récupéré le 4 décembre 2018 de <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/canadian-broadcasting-corporation>
- Éditions des Plaines. (2022). *À propos*. Éditions des Plaines. <https://www.plaines.ca/a-propos>
- Fauteux, A. (1957). *L'Introduction de l'imprimerie au Canada - Une brève histoire /*. <https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/2754548?docpos=7&docref=crc34HUbopFY9T1I-vaB7A>
- Filion, M. (2002). Une image de nous-mêmes! Les origines de la télévision québécoise. *Cap-aux-Diamants: la revue d'histoire du Québec*, (68), 13-18.
- Filion, M. (2006). L'évolution des politiques publiques et des pratiques culturelles en matière de radiodiffusion canadienne. L'utopie et la réalité. *Globe: revue internationale d'études québécoises*, 9(2), 75-89. <https://doi.org/10.7202/1000880ar>
- Forbes, W. (2021, 14 mai). *Imprimerie*. L'Encyclopédie Canadienne. <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/imprimerie#>

- Garcia, F. (2019, 21 novembre). *Mortel* [Série télévisée]. Netflix.
- Gareau, L. (1992). Les Fransaskois et le système scolaire: un bref historique. *La Saskatchewan française*, 2(3).  
<https://www.fransaskois.sk.ca/uploads/files/general/220//fransaskois-et-systeme-scolaire.pdf>
- Gareau, L. (2002a). La voix française de la Saskatchewan. Dans *50 ans de radio: tant de choses à se dire* (p. 63-83). Éditions de la nouvelle plume.
- Gareau, L. (2002b). Radio-Ouest-Française. Dans *50 ans de radio: tant de choses à se dire* (p. 45-62). Éditions de la nouvelle plume.
- Gaudet, S. et Clément, R. (2005). Identity Maintenance and Loss: Concurrent Processes Among the Fransaskois. *Canadian Journal of Behavioral Science / Revue canadienne des sciences du comportement*, 37(2), 110-122.
- Goor, D. et Schur, M. (2013, 13 septembre). *Brooklyn Nine-Nine* [Série télévisée]. Fremulon.
- Gouvernement du Canada. (1929). *Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion*. Bureau du Conseil privé.  
<https://publications.gc.ca/site/eng/473321/publication.html>
- Gouvernement du Canada. (1951). *Rapport de la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, lettres et sciences au Canada*.  
<https://www.collectionscanada.gc.ca/massey/h5-440-f.html>
- Gouvernement du Canada. (1957, 15 mars). *Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision*. Bureau du Conseil privé.  
<https://publications.gc.ca/site/eng/9.818336/publication.html?wbdisable=true>
- Gouvernement du Canada. (2021, 17 août). *À propos de Diversification de l'économie de l'Ouest Canada*. <https://www.wd-deo.gc.ca/fra/36.asp>
- Government of Alberta. (2022). *Fonds Radio-Edmonton Ltée*. Heritage Resources Management Information System (HeRMIS) - Provincial Archives of Alberta.  
<https://hermis.alberta.ca/paa/Details.aspx?ObjectID=PR3332&dv=True&deptID=1>
- Guigueno, B. (2019, 30 octobre). 2.1.2. *Les médias audiovisuels [Les archives sur le devant de la scène]*. Portail international archivistique francophone.  
[http://www.piaf-archives.org/sites/default/files/bulk\\_media/m12-s9v2-1/co/12\\_section9\\_21.html](http://www.piaf-archives.org/sites/default/files/bulk_media/m12-s9v2-1/co/12_section9_21.html)

- Harvey, F. (1992). *Médias francophones hors Québec et identité: analyses, essais et témoignages*. Institut québécois de recherche sur la culture.
- Herrero, F. (2015, 24 octobre). *Dix Pour Cent* [Série télévisée]. Mon Voisin Productions.
- Hubert-Rouleau, A. (2021, 24 février). *Pour ces Franco-Canadiens, parler français est autant source de fierté que de défis constants*. HuffPost § Témoignages. [https://quebec.huffingtonpost.ca/entry/jeunes-franco-canadiens-la-langue-francaise-est-source-de-fierté-et\\_qc\\_6036752fc5b6dfb6a735c0ff](https://quebec.huffingtonpost.ca/entry/jeunes-franco-canadiens-la-langue-francaise-est-source-de-fierté-et_qc_6036752fc5b6dfb6a735c0ff)
- Kannen, V. (2019). Loving and Loathing on Schitt's Creek: How Representations of Emotion, Identities, and Nation Matter. *The Spaces and Places of Canadian Popular Culture*. [https://www.academia.edu/42015852/Loving\\_and\\_Loathing\\_on\\_Schitts\\_Creek\\_How\\_Representations\\_of\\_Emotion\\_Identities\\_and\\_Nation\\_Matter](https://www.academia.edu/42015852/Loving_and_Loathing_on_Schitts_Creek_How_Representations_of_Emotion_Identities_and_Nation_Matter)
- Kay, G. (2021, 8 janvier). *Lupin* [Série télévisée]. Netflix.
- Kenny, M.-F. (2018, 23 octobre). Lettre MF Kenny à Guy A Lepage. <https://fr.scribd.com/document/391684296/Lettre-MF-Kenny-a-Guy-A-Lepage>
- Labrie, D. (2020, 3 novembre). *Pour faire un monde : Les Fransaskois invités à participer à une recherche sur les médias qu'ils consomment* [Émission de radio]. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/premiere/emissions/pour-faire-un-monde/segments/entrevue/208039/trevor-grey-sondage-medias-fransaskois?fbclid=IwAR2kAlb2HO3buVmPmqOUW4KsdgNB2I5xcclMqp0Z9v19r104icawEMjydmw>
- Lachance, M. (2019, 22 juin). *Quand l'école est le seul pilier francophone d'une communauté*. Radio-Canada.ca. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1188806/role-promotion-culture-langue-implication-enseignants-communautés-minoritaires>
- Laflamme, S. (1992). Les médias en milieu minoritaire: les rapports entre l'économie et la culture. Dans F. Harvey, *Médias francophones hors Québec et identité: analyses, essais et témoignages* (p. 25-35). Institut québécois de recherche sur la culture.
- Laflamme, S. (2001). Alternance linguistique et postmodernité: le cas des jeunes francophones en contexte minoritaire. *Francophonies d'Amérique*, (12), 105-112. <https://doi.org/10.7202/1005149ar>
- Laflamme, S. et Bernier, C. (1998). *Vivre dans l'alternance linguistique: médias, langue et littérature en Ontario français*. Centre FORA.
- Lalonde, A. et Lapointe, R. (2002). La radio. Dans *50 ans de radio: tant de choses à se dire* (p. 27-44). Éditions de la nouvelle plume.

- Landry, R. (2003). *Libérer le potentiel caché de l'exogamie : Profil démologique des enfants des ayants droit francophones selon la structure familiale (Là où le nombre le justifie...IV)*. Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques.
- Landry, R., Deveau, K. et Allard, R. (2006a). Au-delà de la résistance : principes de la revitalisation ethnolinguistique. *Francophonies d'Amérique*, (22), 37-56. <https://doi.org/10.7202/1005377ar>
- Landry, R., Deveau, K. et Allard, R. (2006b). Vitalité ethnolinguistique et construction identitaire. *Éducation et francophonie*, 34(1), 54.
- Lavallard, J.-L. (2019). Génération Y : les millenials. *Raison présente*, 211(3), 107-115. <https://doi.org/10.3917/rpre.211.0107>
- Lavoie, B. (2016). La tension sociojuridique entre laïcité et multiculturalisme : Le bijuridisme comme clé de compréhension des débats québécois sur le rapport entre le droit et la religion. *Recherches sociographiques*, 57(2-3), 333-349. <https://doi.org/10.7202/1038431ar>
- Le Droit. (s. d.). *Le Droit Franco*. Le Droit numérique - Gatineau, Ottawa. <https://www.ledroit.com/3ed16d0b25df867be380ad6483dbf38b>
- Le Robert. (s. d.). *influenceur*. Le Robert. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/influenceur>
- L'Eau vive. (2022, janvier). *Abonnement à l'Eau vive*. L'Eau vive. <https://leauvive.wufoo.com/forms/zx4e92f1nx122z/>
- Leclerc, J. (2016, 7 mars). *Index par langue officielle*. L'aménagement linguistique dans le monde. [https://www.axl.cefan.ulaval.ca/monde/index\\_langues-off.htm](https://www.axl.cefan.ulaval.ca/monde/index_langues-off.htm)
- Leclerc, J. (2021, 19 août). *Burundi*. L'aménagement linguistique dans le monde. <https://www.axl.cefan.ulaval.ca/afrique/burundi.htm>
- Léger. (2021, avril). *Étude des habitudes de consommation de contenu audiovisuel et des attentes et perceptions du public canadien*. Téléfilm Canada. <https://telefilm.ca/fr/etudes/etude-des-habitudes-de-consommation-de-contenu-audiovisuel-et-des-attentes-et-perceptions-du-public-canadien>
- Lemasson, G. et Paquin, M. (2018). Politique culturelle canadienne : une entente avec Netflix qui pose question ! *Nectart*, 7(2), 95-98. <https://doi.org/10.3917/nect.007.0095>
- Les francophones réclament une meilleure représentation à Radio-Canada*. (s. d.). <http://www.aquilon.nt.ca/article/Les-francophones-reclament-une-meilleure-representation-a-Radio-Canada-202101281609/default.aspx>

- Les Productions Rivard inc. (2022). *Les Productions Rivard*. <http://www.productionsrivard.com/>
- Léveillé, J. (2015). La petite histoire de la fondation des Éditions du Blé. *Cahiers franco-canadiens de l'Ouest*, 27(2), 243-257. <https://doi.org/10.7202/1034285ar>
- Levy, D. et Levy, E. (2015, 13 janvier). *Schitt's Creek* [Série télévisée]. Canadian Broadcasting Corporation.
- Linteau, P. A., Frenette, Y. et Le Jeune, F. (2017). *Transposer la France: l'immigration française au Canada (1870-1914)*. Boréal.
- Loi sur la laïcité de l'État*. (2019). L.Q., c 12. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/L-0.3>
- Loi sur la radiodiffusion*. (1991). L.C., ch. 11 (1991-02-01). <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/Lois/B-9.01/TexteCompleet.html>
- Loi sur les langues officielles*. (1985). L.R.C., ch. 31 (4e suppl.). <http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/O-3.01.pdf>
- Marquis, D. (2007). Nouveau regard sur la genèse de l'édition francophone en Acadie et dans l'Ouest canadien (1970-1985). *Francophonies d'Amérique*, (23-24), 289-307. <https://doi.org/10.7202/1005402ar>
- Martel, M. (1996). Multiples regards sur la Radio-Ouest-Française, 1930-1960. Dans *Pratiques culturelle au Canada français* (p. 317-335). Faculté Saint-Jean, Université de l'Alberta. <https://ustboniface.ca/presses/file/actes-colloques/colloque14.pdf>
- Martel, M. (1997). *Le deuil d'un pays imaginé: rêves, luttes et dérouté du Canada français*. Les Presses de l'Université d'Ottawa.
- McLaughlin, M. (2012). Par la brèche de la culture : le Canada français et le virage culturel de l'état canadien, 1949-1963. *International Journal of Canadian Studies / Revue internationale d'études canadiennes*, (45-46), 141-161. <https://doi.org/10.7202/1009899ar>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: the extensions of man* ([1st ed.]). McGraw-Hill.
- Ministère de la culture. (2021, 23 juin). *Décret no 2021-793 du 22 juin 2021 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande*. Journal officiel de la république française.

<https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=DDaClTsbssrrsYbYBQHvadAWhRDD8LWdMqRihxSDaKo=>

Ministre des langues officielles et ministre responsable de l'agence de promotion économique du Canada atlantique. (2022, 1 mars). *Loi modifiant la Loi sur les langues officielles, édictant la Loi sur l'usage du français au sein des entreprises privées de compétence fédérale et apportant des modifications connexes à d'autres lois* c. C-13 Chambre des communes du Canada. <https://www.parl.ca/DocumentViewer/fr/44-1/projet-loi/C-13/premiere-lecture>

Ministre du patrimoine canadien. (2022, 2 février). *Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion et apportant des modifications connexes et corrélatives à d'autres lois* c. C-11 Chambre des communes du Canada. <https://www.parl.ca/DocumentViewer/fr/44-1/projet-loi/C-11/premiere-lecture>

Mocquais, P.-Y. (2012). La représentation des identités francophones de l'Ouest canadien: illusion d'optique ou exemplarité? *Cahiers franco-canadiens de l'Ouest*, 24(1-2), 119-135. <https://doi.org/10.7202/1021933ar>

Office québécois de la langue française. (2011a). média de masse. Dans *Grand dictionnaire terminologique*. Récupéré le 13 février 2022 de [https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id\\_Fiche=17009003](https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=17009003)

Office québécois de la langue française. (2011b). média social. Dans *Grand dictionnaire terminologique*. Récupéré le 13 février 2022 de [https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id\\_Fiche=26502881](https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26502881)

Office québécois de la langue française. (2017). *Fiche terminologique - bulle de filtres* [Grand dictionnaire terminologique]. [https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id\\_Fiche=26543634](https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26543634)

O'Keefe, M. (2002, 1<sup>er</sup> juillet). *Minorités francophones : assimilation et vitalité des communautés / [par] Michael O'Keefe. : CH3-2/2001F-PDF - Government of Canada Publications - Canada.ca*. Gouvernement du Canada. <https://publications.gc.ca/site/eng/406099/publication.html>

OTM. (2022, 23 février). *Les données de l'automne 2021 de l'OTM analysent les habitudes médiatiques des Canadiens, y compris ceux issus de la diversité*. Observatoire des technologies médias.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. Penguin Press.

Pedneault, M. (2015). *Le nombrilisme québécois*. Éditions de la francophonie.

- Peers, F. W. et Harada, S. (2015, 4 mars). *Radiodiffusion et télédiffusion*. Encyclopédie Canadienne. <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/radiodiffusion-et-telediffusion>
- Pierroz, S. (2018, 24 octobre). Réactions aux propos de Denise Bombardier: des clichés de part et d'autre? #ONfr. <https://onfr.tfo.org/reactions-aux-propos-de-denise-bombardier-des-cliches-de-part-et-dautre/>
- Pilléri, L. (2020, 26 novembre). Quelle consommation les Fransaskois font-ils des médias? *L'Eau vive*. <https://leau-vive.ca/Nouvelles-communautaires/quelle-consommation-les-fransaskois-font-ils-des-medias>
- Pilon, C.-A. et Quintal, M. (2015). *FransasQuoi?! [Documentaire]*. Red Letter Films.
- Piquard, A. (2020, 17 janvier). La petite revanche de la France sur Netflix. *Le Monde*. [https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/01/17/la-petite-revanche-de-la-france-sur-netflix\\_6026281\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/01/17/la-petite-revanche-de-la-france-sur-netflix_6026281_3234.html)
- Poisson, J. (2022). *Front Burner [Baladodiffusion]*. CBC/Radio-Canada. <https://www.cbc.ca/listen/cbc-podcasts/209-front-burner>
- Quirion, J. (2012). La web comme outil pour le renforcement de la gouvernance des communautés minoritaires: Le cas des Francophones au Canada. *La Revue internationale des mondes francophones*, (4).
- Radio-Canada. (2018, 5 novembre). *La visibilité de la francophonie canadienne, un combat politisé*. Radio-Canada.ca. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1134155/denise-bombardier-guy-matte-ouest-francophone-minoritaire>
- Radio-Canada. (2021a, 15 juin). *Une refonte fédérale qui vise une « égalité réelle » entre le français et l'anglais*. Radio-Canada.ca. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1801862/ministre-melanie-joly-refonte-loi-langues-officielles-egalite-reelle-francais-anglais>
- Radio-Canada. (2021b, 21 octobre). *L'Eau vive au fil du temps, du Patriote de l'Ouest jusqu'à aujourd'hui*. ICI Saskatchewan. Radio-Canada.ca. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1831144/eau-vive-ligne-temps-journal-fransaskois>
- Radio-Canada et Groupe des nouveaux médias. (2022). *Le Téléjournal Saskatchewan - Concept*. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/tele/le-telejournal-saskatchewan/site/emission/concept>
- Raïche, M. (1992). Médias québécois et médias francophones hors Québec: la presse francophone hors Québec: une analyse de son contexte et de son contenu. Dans F.

- Harvey, *Médias francophones hors Québec et identité: analyses, essais et témoignages* (p. 59-74). Institut québécois de recherche sur la culture.
- Remysen, W. (2003). L'insécurité linguistique des francophones ontariens et néo-brunswickois. Contribution à l'étude de la francophonie canadienne. Dans *Aspects de la nouvelle francophonie canadienne* (p. 95-116). Les Presses de l'Université Laval. <https://www.erudit.org/fr/livres/culture-francaise-damerique/aspects-nouvelle-francophonie-canadienne/000629co/>
- Réseau des éditeurs franco-canadiens. (2017). *À propos*. Éditions de la nouvelle plume. <http://plume.refc.ca/a-propos/>
- Réseau des éditeurs franco-canadiens. (2021). Qui sommes-nous? *Les Éditions du Blé*. <https://ble.refc.ca/qui-sommes-nous/>
- Riffenach, É. (2021, 21 octobre). *Les premières pages d'histoire de L'Eau vive*. ICI Saskatchewan. Radio-Canada.ca. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1832665/histoire-debut-eau-vive-journal-francophone>
- Roussel Beaulieu, F. (2005). Revendiquer la télévision française en Saskatchewan. *Revue historique*, 15(4). <http://musee.societehisto.com/revendiquer-la-television-francaise-en-saskatchewan-n205-t1268.html>
- Savoir média. (2019). *Bulles de filtres et chambres d'écho*. <https://savoir.media/anatomie-des-fausses-nouvelles/clip/bulles-de-filtres-et-chambres-decho>
- Scanlon, M. (2018, 28 août). Les premières presses du Canada. *Le blogue de Bibliothèque et Archives Canada*. <https://ledecoublogue.com/2018/08/28/les-premieres-presses-du-canada/>
- Sidor, N. (2013, 15 décembre). Commission royale d'enquête sur la radio et la télévision. Dans *Encyclopédie Canadienne*. Récupéré le 19 avril 2022 de <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/commission-royale-denquete-sur-la-radio-et-la-television>
- Société historique de la Saskatchewan. (1992). Kis-is-kat-che-wan. *Revue historique*, 3(1). <http://musee.histoiresk.ca/kis-is-kat-che-wan-n155-t971.html>
- Société historique de la Saskatchewan. (2008a). 1946: *Une tranchée de plus*. <http://radio.histoiresk.ca/1946-une-tranchee-de-plus-n307-t1817.html>
- Société historique de la Saskatchewan. (2008b). 1951: *Rapports de force*. <http://radio.histoiresk.ca/1951-rapports-de-force-n307-t1818.html>
- Société historique de la Saskatchewan. (2008c). 1952: *Sortons tambours et trompettes*. <http://radio.histoiresk.ca/1952-sortons-tambours-et-trompettes-n307-t1821.html>



- Société historique de la Saskatchewan. (2008d). *1952: Un pacte avec la SRC*. <http://radio.histoiresk.ca/1952-un-pacte-avec-la-src-n307-t1822.html>
- Société historique de la Saskatchewan. (s. d.-a). *Journal de colonisation : Le Patriote de l'Ouest*. Musée Virtuel Francophone de la Saskatchewan. <http://musee.histoiresk.ca/journal-de-colonisation-le-patriote-de-l-ouest-n384-t384.html>
- Société historique de la Saskatchewan. (s. d.-b). *Radio dans l'Ouest*. Musée virtuel de la Saskatchewan. <http://musee.societehisto.com/radio-dans-l-ouest-n384-t759.html>
- Société Radio-Canada. (2022a). *Fureteuse fransaskoise*. Radio-Canada. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/saskatchewan-fureteuse-fransaskoise>
- Société Radio-Canada. (2022b). *Pour l'amour du français*. Radio-Canada Ohdio. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/9536/pour-amour-francais/a-propos>
- Société Radio-Canada, G. des N. (2022c). *Oniva! Zone jeunesse*. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/jeunesse/scolaire/emissions/441/oniva>
- Sonorisation Normand inc. (2015). Histoire des stations de radio de Québec. *Sonorisation Normand*. <http://www.sonorisationnormand.com/histoire-de-la-radio/>
- Statistique Canada. (2007, 13 mars). *Profils des communautés de 2006 - Saskatchewan [Province]*. <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2006/dp-pd/prof/92-591/details/Page.cfm?Lang=F&Geo1=PR&Code1=47&Geo2=PR&Code2=01&Data=Count&SearchText=Saskatchewan&SearchType=Begins&SearchPR=01&B1=All&GeoLevel=PR&GeoCode=47>
- Statistique Canada. (2008, 1<sup>er</sup> décembre). *Définition population active*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/81-004-x/def/4153361-fra.htm>
- Statistique Canada. (2012, 8 février). *Profil du Recensement de 2011 - Saskatchewan [Province]*. <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=F&Geo1=PR&Code1=24&Geo2=PR&Code2=01&Data=Count&SearchText=Quebec&SearchType=Begins&SearchPR=01&B1=Language&Custom=&TABID=1>
- Statistique Canada. (2017, 8 février). *Profil du recensement 2016 - Saskatchewan [Province]*. <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=F&Geo1=PR&Code1=47&Geo2=PR&Code2=62&Data=Count&SearchText=Saskatchewan&SearchType=Begins&SearchPR=01&B1=Language%20of%20work&TABID=1>

- Statistique Canada. (2021, 5 octobre). *Langue maternelle de la personne*. [https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Var\\_f.pl?Function=DEC&Id=34023](https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Var_f.pl?Function=DEC&Id=34023)
- Statistique Canada. (2022a, 5 janvier). *Variables - par sujet*. <https://www.statcan.gc.ca/fr/concepts/definitions/index>
- Statistique Canada. (2022b, 9 février). *Profil du recensement, Recensement de la population de 2021 - Saskatchewan*. <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2021/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F>
- Stewart, J. D. M. et Kallmann, H. (2019, 19 décembre). Commission Massey. Dans A. McIntosh (dir.), *Encyclopédie Canadienne*. Récupéré le 9 juin 2022 de <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/la-commission-massey>
- Taylor, G. (2013, 16 décembre). Droit des communications. Dans *Encyclopédie Canadienne*. Récupéré le 19 avril 2022 de <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/droit-des-communications>
- Téléfilm Canada. (2015, octobre). *Les auditoires au Canada : Rapport sur les tendances*. Téléfilm Canada. <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/auditoires-canada-rapport-tendances.pdf>
- Therrien, R. (2020, 8 août). Edgar, le Columbo de Winnipeg. *La Presse*, section Télévision. <https://www.lapresse.ca/arts/television/2020-08-08/edgar-le-columbo-de-winnipeg.php>
- Tierney, K. (2011, 7 octobre). *French Immersion* [Comédie]. Park Ex Pictures.
- TV5 Unis TV. (s. d.). *À propos de TV5 Québec Canada*. TV5Unis. <https://info.tv5unis.ca/profil-societe/>
- Université de Sherbrooke. (2022, 19 avril). *Fondation de la Société Radio-Canada*. Bilan du siècle - Site encyclopédique sur l'histoire du Québec depuis 1900. <https://bilan.usherbrooke.ca/bilan/pages/evenements/544.html>
- Vachet, B. (2018, 22 octobre). *Les propos de Denise Bombardier sur les francophones hors Québec font réagir*. ONfr+. <https://onfr.tfo.org/les-propos-de-denise-bombardier-sur-les-francophones-hors-quebec-font-reagir/>
- Verrette, A. (1949). *Le Comité de la survivant française en Amérique*. L'Oeuvre des tracts. <http://numerique.banq.qc.ca/>
- Vidéotron. (s. d.). *Club illico : toutes les façons d'en profiter*. Club illico. <https://videotron.com/divertissement/club-illico>

- Visweswaran, A. et Moyen, J. (2022). *Les Francos oublié.e.s* [Baladodiffusion]. Anchor. <https://anchor.fm/francos-oublies>
- Von Staden, A. et Sterzuk, A. (2017). « Un-frenching » des Canadiennes françaises : histoires des Fransaskoises en situation linguistique minoritaire. *The Canadian Journal of Applied Linguistics*, 20(1), 98-114.
- Wagner, B. C. (2004). *WE PROUDLY BEGIN OUR BROADCAST DAY: SASKATCHEWAN AND THE ARRIVAL OF TELEVISION, 1954-1969* [Thesis, University of Saskatchewan]. <https://harvest.usask.ca/handle/10388/12317>
- Wall Communications Inc. (2020, 27 janvier). *Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens*. Patrimoine Canadien. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/incidence-economique-plateformes-diffusion-musique.html>
- Wavrock, D., Schellenberg, G. et Schimmele, C. (2022, 28 avril). *L'utilisation d'Internet et des technologies numériques par les Canadiens avant et pendant la pandémie de COVID-19*. Statistique Canada. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/36-28-0001/2022004/article/00004-fra.htm>
- WebOuest.ca et Les Productions Rivard inc. (2022). *Qui sommes-nous?* WebOuest. <https://webouest.ca/qui-sommes-nous/>
- Wilhelm, B. (1992). Médias québécois et médias francophones hors Québec: l'Ouest et les Territoires du Nord-Ouest. Dans F. Harvey, *Médias francophones hors Québec et identité: analyses, essais et témoignages* (p. 273-279). Institut québécois de recherche sur la culture.
- Wilhelm, B. (dir.). (2000). *Sous les mâts des prairies: anthologie littéraire fransaskoise et de l'ouest canadien*. Éditions de la Nouvelle plume.
- Yaga Burundi. (2022). *Qui sommes-nous?* Yaga Burundi. <https://www.yaga-burundi.com/qui-nous-sommes/>

## ANNEXES

*Annexe A : Questionnaire*

# Médias et Fransaskoisie

**Titre du projet de recherche :** *Médias et vitalité sociolinguistique en Fransaskoisie*

**Chercheur principal :** Trevor Grey

**Directrice de mémoire:** Sandrine Hallion

### **Objectifs de la recherche**

Le présent sondage vise à connaître vos habitudes de consommation, en tant que Fransaskois(e)<sup>[1]</sup>, de médias imprimés, audios, audiovisuels et numériques.

Entrepris dans le cadre d'un mémoire comme exigence partielle de la Maîtrise ès arts en études canadiennes et interculturelles offerte à l'Université de Saint-Boniface, ce projet vise à explorer l'impact des médias sur la vitalité linguistique du milieu francophone minoritaire en Saskatchewan. Il a pour but d'étudier le lien entre les usages de la langue française et les rapports aux médias. Par ailleurs, ce projet sert à poser un regard critique sur le rôle des médias vis-à-vis de la construction identitaire en Fransaskoisie.

---

<sup>III</sup> La définition offerte par l'Assemblée communautaire fransaskoise (ACF) d'un(e) Fransaskois(e) comme étant « un individu qui s'identifie avec la communauté francophone de la Saskatchewan, soit aujourd'hui ou dans le passé, par la naissance, le mariage ou l'adoption ou, encore, n'importe quel individu qui s'identifie à la communauté fransaskoise et qui contribue à la vitalité de la langue française et à la vitalité et au développement des communautés francophones de la Saskatchewan tout en reconnaissant qu'il existe plusieurs moyens d'entreprendre cette contribution » est ici retenue (Commission sur l'inclusion de la communauté fransaskoise, 2006, p. 17).

### **Participation volontaire**

Votre participation à cette recherche est strictement volontaire et consiste à compléter le présent sondage au cours duquel vous aurez à répondre à certaines questions démolinguistiques, ainsi qu'à des questions sur vos habitudes de consommation et d'utilisation de médias sous diverses formes. À noter qu'il faudra prévoir environ 15 minutes pour répondre au sondage.

À l'issue du sondage, vous serez également invité(e) à signaler au chercheur votre intérêt à participer à une entrevue au cours de laquelle vous serez invité(e) à élaborer certaines réponses que vous aurez transmises au chercheur par le biais du sondage.

### **Confidentialité**

Les renseignements personnels que vous nous donnerez demeureront confidentiels. De plus, les données recueillies par le biais de [simplesondage.com](http://simplesondage.com) sont hébergées au Canada selon des [exigences gouvernementales strictes](#).

Les réponses au sondage, ainsi que tout document servant à analyser celles-ci seront conservées en format numérique pour une durée de trois (3) ans après la fin du projet. Toute donnée identificatoire sera alors détruite après cette date. Ces données seront protégées par mot de passe et seuls le chercheur principal et la directrice de mémoire y auront accès.

### **Avantages et inconvénients**

En participant à cette recherche, vous pourrez contribuer à l'avancement des connaissances sur la Fransaskoisie. De plus, les données recueillies pourraient éventuellement servir à alimenter une réflexion sur les divers mécanismes juridiques, législatifs et sociaux qui pourraient renforcer les communautés de langue officielle en situation minoritaire, et ce, dans le but de proposer des pistes de solutions aux problématiques actuelles qui les concernent.

### **CONSENTEMENT**

En répondant par l'affirmative ci-dessous, vous indiquez que vous avez bien compris l'information concernant votre participation au projet de recherche et que vous acceptez d'y participer. Ce faisant, vous ne renoncez aucunement à vos droits reconnus par la loi et les chercheurs, les commanditaires et les établissements concernés ne sont pas dégagés de leurs responsabilités professionnelles et légales. Vous pouvez, sans préjudices ni conséquences, vous retirer de cette étude en tout temps ou refuser de répondre à certaines questions.

Trevor Grey, [tgrey@monusb.ca](mailto:tgrey@monusb.ca)  
 Sandrine Hallion, [shallion@ustboniface.ca](mailto:shallion@ustboniface.ca)

Cette recherche a reçu l'approbation déontologique du Comité d'éthique de la recherche de l'Université de Saint-Boniface. Si vous voulez nous faire part de préoccupations concernant ce projet, ou pour avoir un compte rendu des résultats de la recherche, veuillez communiquer avec les personnes susmentionnées.

1 Branchement > Si Oui alors rediriger vers Page 2

| Branchement > Si Non alors rediriger vers Soumettre

J'affirme être majeur(e), comprendre l'information concernant ma

\* participation au projet de recherche et j'accepte de poursuivre le présent sondage

Oui

Non

---

Page 2

### Votre tranche d'âge

- 18 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55 - 64
- 65 - 74
- 75 ans et plus

### Lieu de naissance (ville, province, pays)

### Lieu de résidence actuel (ville, province, pays)

### Autres endroits où vous avez vécu (ville, province, pays)

### Première(s) langue(s) parlée(s)

### Autres langues que vous parlez

Langues dans lesquelles vous êtes capable de soutenir une conversation

Lieu de naissance de votre père (ville, province, pays)

Lieu de naissance de votre mère (ville, province, pays)

Langue maternelle de votre père

Langue maternelle de votre mère

Règle > Question complémentaire requise si 'Anglais, français et une autre langue' est choisi

Règle > Question complémentaire requise si 'Anglais et une langue autre que le français' est choisi

Règle > Question complémentaire requise si 'Français et une langue autre que l'anglais' est choisi

Langue(s) d'usage à la maison lorsque vous résidiez au foyer parental

- Anglais
- Français
- Anglais et français
- Anglais, français et une autre langue
- Anglais et une langue autre que le français
- Français et une langue autre que l'anglais

Quelle(s) autre(s) langue(s) utilisiez-vous à la maison?

Langue maternelle de votre conjoint(e), s'il y a lieu



Autres langues parlées par votre conjoint(e), s'il y a lieu

Si vous avez des enfants, sont-ils ou étaient-ils inscrits dans un programme d'immersion française ou de français langue première?

Français langue première

Immersion française

Autre

Règle > Question complémentaire requise si 'Anglais, français et une autre langue' est choisi

Règle > Question complémentaire requise si 'Anglais et une langue autre que le français' est choisi

Règle > Question complémentaire requise si 'Français et une langue autre que l'anglais' est choisi

Langue(s) d'usage à la maison aujourd'hui

Anglais

Français

Anglais et français

Anglais, français et une autre langue

Anglais et une langue autre que le français

Français et une langue autre que l'anglais

Quelle(s) autre(s) langue(s) utilisez-vous à la maison?

**Plus haut niveau de scolarité atteint**

- Niveau inférieur au diplôme d'études secondaires
- Diplôme d'études secondaires
- Études postsecondaires inférieures au baccalauréat
- Grade universitaire

**Programme d'instruction au primaire**

- Français langue première
- Immersion française
- Autre

**Programme d'instruction au secondaire**

- Français langue première
- Immersion française
- Autre

Institution(s) fréquentée(s) lors de vos études postsecondaires, s'il y a lieu

Programme(s) d'études postsecondaires entamés (complétés ou non)

Domaine professionnel

Langue(s) d'usage principale(s) au travail

Autre(s) langue(s) utilisée(s) au travail

Règle > Question complémentaire requise si 'Oui' est choisi

Utilisez-vous un ordinateur dans le cadre de votre travail?

Oui

Non

Dans quelle langue est-il actuellement paramétré?

---

Page 6

Veillez identifier, s'il y a lieu, le ou les organisme(s) fransaskois dans le(s)quel(s) vous êtes impliqué(e)

- Assemblée communautaire fransaskoise (ACF)
- Association canadienne-française de Régina (ACFR)
- Fédération des francophones de Saskatoon (FFS)
- Société canadienne-française de Prince-Albert (SCFPA)
- Centre francophone BDS Inc.
- Centre francophone des Battleford
- Comité culturel fransaskois de Debden (CCFD)
- Francophones de Talle de Saules (Willow Bunch) (FTS)
- Association communautaire francophone de Bellegarde (ACFB)
- Association communautaire fransaskoise de Gravelbourg (ACFG)
- Association communautaire fransaskoise de la Trinité (ACFT)
- Association communautaire fransaskoise de Moose Jaw (ACFMJ)
- Association fransaskoise de Zenon Park (AFZP)
- Communauté des Africains Francophones de la Saskatchewan (CAFS)
- Auvergnois de Ponteix
- Centre Culturel Maillard
- Association jeunesse fransaskoise (AJF)
- Association des parents fransaskois
- Conseil culturel fransaskois (CCF)
- Association professionnelle des enseignants fransaskois (APEF)
- Cité universitaire francophone de l'Université de Régina
- Coopérative des publications fransaskoises
- La Troupe du jour
- Association des juristes d'expression française de la Saskatchewan (AJEFS)

Autre - veuillez préciser

Règle > Question complémentaire requise si 'Oui' est choisi

Êtes-vous impliqué(e) dans un ou des organisme(s) francophones à l'extérieur de la Saskatchewan?

Oui

Non

Lesquels?

---

Page 7

## Presse écrite imprimée ou numérique

---

Règle > Question complémentaire requise si 'Oui' est choisi

Êtes-vous présentement abonné à ou lisez-vous des journaux/revues de langue française?

Oui

Non

Lesquels?

Règle > Question complémentaire requise si 'Oui' est choisi

Êtes-vous présentement abonné à ou lisez-vous des journaux/revues de langue anglaise?

Oui

Non

Lesquels?

Règle > Question complémentaire requise si 'Oui' est choisi

Êtes-vous présentement abonné à ou lisez-vous des journaux/revues publiés dans une langue autre que le français ou l'anglais?

Oui

Non

Lesquels?

Règle > Question complémentaire requise si 'Oui' est choisi

Êtes-vous présentement abonné à ou lisez-vous des blogues?

Oui

Non

Lesquels?

Approximativement combien de livres lisez-vous par année?

Dans quelle proportion consommez-vous les médias susmentionnés en format imprimé ou en format numérique?

Imprimé seulement

Plus imprimé que numérique

Égalité

Plus numérique qu'imprimé

Numérique seulement

Dans quelle proportion lisez-vous en français ou en anglais?

Français seulement

Plus français qu'anglais

Égalité

Plus anglais que français

Anglais seulement

---

Page 8

## Médias audios

---

Les postes ou les émissions de radio que vous écoutez sont issus d'une production; saskatchewanaise, canadienne ou internationale?

- Saskatchewanaise
- Canadienne
- Internationale
- Toutes ces réponses

Dans quelle proportion écoutez-vous la radio en français ou en anglais?

- Français seulement
- Plus français qu'anglais
- Égalité
- Plus anglais que français
- Anglais seulement

Écoutez-vous des baladodiffusions (podcasts)?

- Oui
- Non

Dans quelle proportion écoutez-vous des baladodiffusions en français ou en anglais?

- Français seulement
- Plus français qu'anglais
- Égalité
- Plus anglais que français
- Anglais seulement



Dans quelle proportion consommez-vous de la musique en format analogique (CD, cassette, vinyle, etc) ou en format numérique?

- Analogique seulement
- Plus analogique que numérique
- Égalité
- Plus numérique qu'analogique
- Numérique seulement

À quelle fréquence écoutez-vous de la musique francophone (musique produite par des auteurs, compositeurs, interprètes s'identifiant à la francophonie et dont les paroles des chansons, s'il y a lieu, sont en français)?

- Quotidiennement
- Plusieurs fois par semaine
- Sporadiquement (moins d'une fois par semaine)
- Jamais

## Médias audiovisuels (télévision et cinéma)

---

Veillez indiquer dans quel(s) format(s) vous consommez des contenus télévisuels ou cinématographiques?

- Analogique
- Câble
- Satellite
- Numérique

Dans la mesure où vous affirmez consommer des contenus télévisuels ou cinématographiques en format numérique, veuillez indiquer le ou les plateforme(s) que vous utilisez afin d'accéder à ces contenus

- Youtube
- Netflix
- ICI Tou.tv
- CBC Gem
- Club illico
- Crave (base)
- Crave (option Super Écran)
- Crave (option Movies + HBO ou STARZ)
- Amazon Prime video
- Apple TV+
- Disney+
- Autre - veuillez préciser :

Dans quelle proportion regardez-vous des contenus télévisuels ou cinématographiques en français ou en anglais?

- Français seulement
- Plus français qu'anglais
- Égalité
- Plus anglais que français
- Anglais seulement

## Médias numériques

---

Règle > Question complémentaire requise si 'Oui' est choisi

Utilisez-vous un téléphone intelligent?

Oui

Non

Dans quelle langue est-il actuellement paramétré?

Règle > Question complémentaire requise si 'Oui' est choisi

Utilisez-vous un ordinateur personnel?

Oui

Non

Dans quelle langue est-il actuellement paramétré?

Veillez indiquer les réseaux sociaux que vous utilisez

Facebook

Twitter

Instagram

LinkedIn

Snapchat

Autre - veuillez préciser : | |

À l'heure actuelle, dans quelle langue(s) sont configurées ces plateformes?

Français

Anglais

Autre - veuillez préciser :

Dans quelle proportion publiez-vous des contenus en français ou en anglais?

- Français seulement
- Plus français qu'anglais
- Égalité
- Plus anglais que français
- Anglais seulement

---

Page 11

Veillez indiquer à quel degré vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants

---

**Les médias francophones saskatchewanais me représentent.**

- Entièrement d'accord
- Plutôt d'accord
- Neutre
- Plutôt en désaccord
- Fortement en désaccord

**Les médias francophones canadiens me représentent.**

- Entièrement d'accord
- Plutôt d'accord
- Neutre
- Plutôt en désaccord
- Fortement en désaccord

**Les médias francophones internationaux me représentent.**

- Entièrement d'accord
- Plutôt d'accord
- Neutre
- Plutôt en désaccord
- Fortement en désaccord

**L'actualité francophone saskatchewanaise me concerne.**

- Entièrement d'accord
- Plutôt d'accord

- Neutre
- Plutôt en désaccord
- Fortement en désaccord

---

Page 12

Veillez indiquer à quel degré vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants

---

**Les médias francophones sont accessibles.**

- Entièrement d'accord
- Plutôt d'accord
- Neutre
- Plutôt en désaccord
- Fortement en désaccord

**Les médias francophones sont de qualité.**

- Entièrement d'accord
- Plutôt d'accord
- Neutre
- Plutôt en désaccord
- Fortement en désaccord

---

Page 13

Branchement > Si Oui alors rediriger vers Page 14

Branchement > Si Non alors rediriger vers Page 15

Je suis intéressé(e) par la possibilité de participer à une entrevue subséquente d'une durée approximative d'une heure, et autorise l'enquêteur à communiquer avec moi dans le but d'organiser une rencontre en personne.

Oui

Non

Branchement > Rediriger vers Page 15

-----  
**Page 14**



Votre participation à une entrevue permettra de mieux cerner les enjeux vis-à-vis de la consommation et l'utilisation des médias de langue française en Saskatchewan.

Les entrevues se dérouleront au printemps et à l'été 2021 par visioconférence. Exceptionnellement, et seulement si, éventuellement, la situation sanitaire provoquée par la pandémie COVID-19 le permet, ces entrevues pourraient être réalisées en personne à Regina en Saskatchewan.

L'entrevue sera d'une durée approximative d'une heure. Lors de celle-ci, vous serez invité(e) à répondre à une série de questions et à élaborer certaines de vos réponses aux questions du présent sondage.

Sachez que votre participation, quoique grandement appréciée, n'est nullement obligatoire. Je vous invite à communiquer avec moi pour toute question et afin de vous renseigner davantage sur ma recherche.

**Trevor Grey**

Candidat à la maîtrise

Études canadiennes et interculturelles, Université de Saint-Boniface

[tgrey@monusb.ca](mailto:tgrey@monusb.ca)

[facebook.com/tgreyUSB](https://facebook.com/tgreyUSB)

Prénom et nom

Règle > Question complémentaire requise si 'Courriel' est choisi

Règle > Question complémentaire requise si 'Téléphone' est choisi

Quel moyen de communication privilégiez-vous?

Courriel

Téléphone

Votre adresse courriel ou numéro de téléphone.

Aimeriez-vous ajouter quelque chose?

---

---

Page 16

Téléchargez le formulaire incluant vos réponses en [PDF](#) [Excel](#)

Propulsé par [SimpleSondage](#)

## GUIDE D'ENTREVUE – pas pour diffusion

### Introduction et consentement continu

Présentation de soi-même en tant que chercheur principal et survol du projet de recherche en cours.

*Je tiens à rappeler que notre discussion sera enregistrée pour des fins d'analyse. Je vous rappelle également que vous pouvez mettre fin à l'entrevue et décider de ne plus participer à cette recherche à tout moment. L'enregistrement en cours ne sera alors pas exploité et il sera détruit.*

Retour sur le formulaire de consentement à l'entrevue. Reconfirmer verbalement le consentement du participant.

### Données de base/Individu (langue.s, lieu.x de vie, identité.s auto-déclarée.s)

- 1.1. Quelle.s est/sont votre/vos première.s langue.s parlée.s?
  - 1.1.1. Parlez-vous encore cette(ces) langue(s)?
  - 1.1.2. Dans quel(s) contexte(s) utilisez-vous cette(ces) langue?
  - 1.1.3. **Si plus d'une langue;** y en a-t-il une que vous utilisez plus que l'autre?
- 1.2. Quelles autres langues parlez-vous?
  - 1.2.1. Dans quel(s) contexte(s) avez-vous appris cette(ces) langue(s)?
- 1.3. Où êtes-vous né?
  - 1.3.1. Y avez-vous vécu longtemps?
- 1.4. Avez-vous vécu à d'autres endroits?
  - 1.4.1. **Si oui;** pendant combien de temps êtes-vous resté à chacun de ces endroits?

1.1.1. **Lieux de résidence à l'âge adulte :** Qu'est-ce qui a motivé la relocalisation?

1.1.1.1. À la suite de votre/vos déplacement.s, avez-vous vécu des changements sur le plan de votre langue d'usage?

1.1.1.1.1. **Si oui;** à quel point et comment est-ce que ces changements se sont manifestés?

1.2. Où vivez-vous maintenant?

1.3. À quelles communautés vous identifiez-vous? Qu'elles soient culturelles, linguistiques, etc.?

1.3.1. Quel est votre degré d'attachement à la Fransaskoisie?

#### **Milieu familial (usages linguistiques famille immédiate)**

1.4. Quelle est la langue maternelle de votre père?

1.5. Quelle est la langue maternelle de votre mère?

1.6. Quelle(s) étai(en)t la/les langue(s) d'usage à la maison lorsque vous résidiez au foyer parental?

1.6.1. **Si langue d'usage ne correspond pas aux langues maternelles des parents;** Y avait-il des occasions, même rares, lorsque la langue maternelle non utilisée fut employée? Dans quelles circonstances?

1.6.1.1. D'après vous, qu'est-ce qui pourrait expliquer la non-utilisation de cette(ces) langue(s)?

1.6.2. **Si plus d'une langue d'usage;** dans quels contextes utilisez-vous l'une ou l'autre langue?

1.7. Quelles langues utilisez-vous au quotidien?

1.1.1. Dans quels contextes?

1.2. **Si enfants;** parlent-ils français?

1.2.1. **Si oui;** dans quels contextes vous parlez-vous en français?

1.3. **Si conjoint(e);** parle-t-il(elle) français?

1.3.1. **Si oui;** dans quels contextes vous parlez-vous en français?

### **Vie professionnelle (et usages linguistiques)**

1.4. Dans quel domaine travaillez-vous?

1.5. Quelles langues utilisez-vous au travail?

1.5.1. **Si utilisation du français au travail;** dans quels contextes le français est-il utilisé dans le cadre de votre travail?

### **Consommation médiatique**

#### ***Presse écrite imprimée ou numérique***

Êtes-vous présentement abonné à ou lisez-vous des journaux/revues de langue française?

Si oui, lesquels?

1.6. **Si oui;** quel genre de contenus appréciez-vous dans ces publications? Qu'est-ce qui fait que vous choisissiez de lire ce(s) journal(aux) plutôt que d'autres?

1.7. **Si non;** pour quelles raisons ne lisez-vous aucun journal/revue de langue française?

Êtes-vous présentement abonné à ou lisez-vous des journaux/revues de langue anglaise?

Si oui, lesquels?

- 1.1. **Si oui;** quel genre de contenus appréciez-vous dans ces publications? Qu'est-ce qui fait que vous choisissiez de lire ce(s) journal(aux) plutôt que d'autres?

Lecture de livres :

- 1.2. Quels genres littéraires appréciez-vous?

Dans quelle proportion lisez-vous en français ou en anglais?

- 1.3. **Français seulement;** d'après vous, quels facteurs contribuent à l'absence de contenus anglophones dans vos choix de lectures?

- 1.4. **Plus français qu'anglais;** d'après vous, quels facteurs contribuent à la plus grande proportion de contenus francophones dans vos choix de lectures?

- 1.5. **Plus anglais que français;** d'après vous, quels facteurs contribuent à la plus grande proportion de contenus anglophones dans vos choix de lectures?

- 1.6. **Anglais seulement;** d'après vous, quels facteurs contribuent à l'absence de contenus francophones dans vos choix de lectures?

### *Médias audios*

- 1.7. Pourriez-vous me nommer les émissions de radio que vous écoutez?

1.7.1. C'est quel genre de contenu?

- 1.8. Où et quand écoutez-vous la radio?

- 1.9. Écoutez-vous souvent de la musique?

1.9.1. Quels genres musicaux appréciez-vous? Pourriez-vous me nommer quelques artistes?

Dans quelle proportion écoutez-vous **des médias audios** en français ou en anglais?

- 1.1. **Français seulement;** d'après vous, quels facteurs contribuent à l'absence de contenus anglophones dans vos de médias audios?
- 1.2. **Plus français qu'anglais;** d'après vous, quels facteurs contribuent à la plus grande proportion de contenus francophones dans vos choix de médias audios?
- 1.3. **Plus anglais que français;** d'après vous, quels facteurs contribuent à la plus grande proportion de contenus anglophones dans vos choix de médias audios?
- 1.4. **Anglais seulement;** d'après vous, quels facteurs contribuent à l'absence de contenus francophones dans vos choix de médias audios?

*Médias audiovisuels (télévision et cinéma)*

- 1.5. Quelles émissions et quels films de langue française avez-vous écoutés dernièrement? Dans quels formats et sur quelles plateformes?
- 1.6. Quelles émissions et quels films de langue anglaise avez-vous écoutés dernièrement? Dans quels formats et sur quelles plateformes?

Dans quelle proportion regardez-vous des contenus télévisuels ou cinématographiques en français ou en anglais?

- 1.7. **Français seulement;** d'après vous, quels facteurs contribuent à l'absence de contenus anglophones dans vos de médias audiovisuels?
- 1.8. **Plus français qu'anglais;** d'après vous, quels facteurs contribuent à la plus grande proportion de contenus francophones dans vos choix de médias audiovisuels?
- 1.9. **Plus anglais que français;** d'après vous, quels facteurs contribuent à la plus grande proportion de contenus anglophones dans vos choix de médias audiovisuels?

1.1. **Anglais seulement**; d'après vous, quels facteurs contribuent à l'absence de contenus francophones dans vos choix de médias audiovisuels?

### *Médias numériques*

1.2. Qu'est-ce qui motive le choix de la langue dans laquelle vos appareils électroniques (ordinateur de travail, ordinateur personnel, téléphone intelligent) sont paramétrés?

1.3. Qu'est-ce qui motive le choix de la langue dans laquelle les plateformes de vos réseaux sociaux sont configurées?

1.4. Partagez-vous plus de contenus que vous n'en créez?

1.4.1. Quel genre de contenus partagez-vous?

1.4.2. Quel genre de contenus publiez-vous?

1.5. Qu'est-ce qui motive le choix de la langue dans laquelle ou des langues dans lesquelles vous publiez des contenus sur internet?

### *Perception des médias*

1.6. Quels sont les facteurs qui contribuent à ce que les médias, locaux ou autres, vous *représentent*?

1.6.1. **Si en désaccord avec représentativité des médias**; Y a-t-il des médias dans d'autres langues que vous trouvez plus représentatifs? Pourquoi?

1.7. Qu'est-ce qui fait que les médias francophones sont plus ou moins *accessibles*?

1.8. Qu'est-ce qui fait que les médias (francophones ou autres) sont plus ou moins de qualité?



1.1. Dans le cas de l'actualité; quel genre de reportage ou chronique appréciez-vous?

### **Conclusion**

D'après vous, comment l'offre médiatique de langue française auprès des Fransaskois peut-elle être améliorée? Quels genres de contenus aimeriez-vous lire, écouter ou regarder?

Quel est, selon vous, le rôle que jouent ou devraient jouer les médias dans la continuité de la Fransaskoisie?