



LA BANQUE ROYALE DU CANADA

BULLETIN MENSUEL

THE ROYAL BANK OF CANADA
ARCHIVES

SIÈGE SOCIAL, JUILLET 1949

LA RADIO ET LA SOCIÉTÉ

AU début, la radio émerveillait les gens par sa simple nouveauté; ils accrochaient les récepteurs à leurs oreilles et passaient des heures aux écoutes.

Le nombre des auditeurs s'est accru par millions, et le nombre des postes émetteurs par milliers; la variété et les prétentions des programmes ont dépassé les bornes de notre imagination. C'est de cela et de ses conséquences que nous allons traiter dans le présent Bulletin.

Les avis sont partagés sur un grand nombre de points en ce qui concerne la radio, depuis le genre de programmes jusqu'aux méthodes de diffusion. Il y a des gens qui sont satisfaits des choses comme elles sont, et d'autres qui trouvent que l'édifice pêche par la base.

Il y a de plus le point de vue des producteurs. Que diriez-vous s'il vous fallait pendant dix-huit heures par jour fournir un nouveau programme toutes les quinze minutes? Pour vous rendre compte du travail que comporte un poste, essayez d'écrire le titre ou la nature de soixante-douze programmes—tous les quarts d'heure de 6 heures du matin à minuit—et chacun d'eux en rapport avec les auditeurs des différentes époques de la journée.

Régie de la Radio

A part les programmes, il y a la question de savoir qui doit posséder, exploiter ou contrôler les postes? En Grande Bretagne la BBC fonctionne en vertu d'une charte royale renouvelable tous les cinq ans; aux Etats-Unis, la Federal Communications Commission rappelle aux compagnies de radio qu'elles doivent servir le public aussi bien que les commanditaires des programmes; au Canada, un Comité parlementaire enquête chaque année sur les opérations de Radio-Canada.

Le système canadien a pour but de résoudre les problèmes posés par les grandes distances, une population parsemée, deux langages officiels, et six des vingt-quatre zones horaires, plus celle pour Terre-Neuve.

Ceux qui cherchent à comparer nos programmes avec ceux des Américains comparent des choses qui n'ont rien de comparable.

Prenez la question de coût. Nos 13,500,000 consommateurs sont loin d'offrir aux annonceurs le même champ d'exploitation que les 140 millions d'Américains. Cet énorme marché permet de payer de fabuleux salaires: \$440,500 l'an dernier au comédien Arthur Godfrey; \$420,300 au commentateur Lowell Thomas, et \$219,000 au comédien Tom Howard. Ajoutez à cela qu'il y a moins de 100 personnes au Canada qui ont un revenu de \$100,000 ou plus par année.

Le système canadien

Grâce à notre disposition d'user de compromis, dont nous avons si souvent fait preuve en politique étrangère, les sphères d'influence dans les ondes aériennes du Canada ont été partagées entre Radio-Canada et les postes privés.

Les réseaux et quelques postes sont exploités par Radio-Canada, de sorte que la diffusion arrive à des parties du pays où l'exploitation commerciale serait impossible; d'un autre côté, les postes privés fournissent la variété et la concurrence. Ce plan a reçu l'approbation de tous les Comités parlementaires sur la radio.

Le principal argument de ceux opposés à l'exploitation par l'Etat et à la régie de la diffusion est que Radio-Canada fait concurrence aux postes privés et édicte en même temps les règlements.

Un mémoire présenté l'an dernier par la Canadian Association of Broadcasters demandait la nomination d'une Commission dans le genre de la Commission des transports, qui aurait le pouvoir d'accorder et de refuser des permis et d'imposer des règlements aux titulaires de permis, y compris Radio-Canada. Le mémoire conseillait de continuer à exploiter Radio-Canada comme réseau national sans le pouvoir d'imposer des règlements à ses concurrents.

Le Comité parlementaire, après avoir étudié le mémoire, dit dans son rapport: "Les fonctions des

deux types de service radiophonique sont différents; les postes privés sont destinés à servir les intérêts de la localité, et Radio-Canada l'ensemble du Canada au moyen de réseaux de diffusion; et ces deux types de service radiophonique devraient être complémentaires."

Annonces

Un expert a dit qu'il existe un conflit direct entre les désirs des auditeurs et les commanditaires. Les auditeurs, dit-il, ne sont pas intéressés dans les annonces, tandis que les commanditaires ne sont intéressés à amuser les auditeurs qu'au point de leur glisser leurs annonces dans les oreilles. Cela n'est pas tout à fait exact. Le public est à l'affût des annonces, comme l'a prouvé le cas d'un grand journal canadien dont la circulation baissa d'une façon alarmante quand une dispute avec un grand magasin fit suspendre les annonces du magasin.

La durée des annonces n'est pas en réalité très longue. Les règlements canadiens disent qu'elles ne doivent pas excéder 10 pour cent du programme. Pendant l'exercice 1947-48, les réseaux de Radio-Canada n'ont diffusé que 17.7 pour cent de programmes commerciaux par comparaison avec 82.3 pour cent de programmes sans interruption.

Si ce n'est pas le volume des annonces qui cause les critiques, c'est probablement leur nature et il s'ensuit probablement que les commanditaires n'en ont pas pour leur argent. Beaucoup de programmes suivent les méthodes des charlatans dans les foires de village; ils commencent par des plaisanteries pour attirer l'attention et continuent par leurs boniments. D'autres dépensent beaucoup d'argent pour produire un programme à la page, plein d'esprit, écrit par des experts et joué par des artistes de merveilleux talent, mais quand on arrive aux annonces la technique change, le message n'a aucun rapport avec ce qui précède ou ce qui suit. Il s'adapte au programme, comme dit un article du *New York Times*, de la même manière que le bruit d'une machine à river les boulons dans un orchestre symphonique.

Nous devons croire que les annonceurs ne continueraient pas à dépenser des millions de dollars si les bêtises qu'on raconte à la radio n'attiraient pas les acheteurs par centaines de mille. Mais cela donne une piètre idée de la radio et de l'intelligence du public.

La radio est encore jeune

Beaucoup de critiques de la radio, sous le rapport des annonces et des programmes, ne tiennent pas compte que la radio est encore jeune.

Il y a à peine un demi-siècle que le premier radiogramme traversa la Manche, et seulement 47 ans depuis que Marconi établit son premier poste transatlantique de télégraphie sans fil à Cape Breton. Le premier poste d'émission au Canada fut établi à Montréal en septembre 1918 par la Marconi Wireless Telegraph Company et avait XWA comme indicatif. Il y a juste 31 ans.

Comment pourrait-on s'attendre que le dernier enfant de l'évolution humaine atteigne l'âge mûr en si peu de temps?

Cependant jamais tant de responsabilités n'ont pesé sur les épaules d'une invention humaine. Venue au monde comme un jouet, la radiodiffusion est devenue un instrument fondamental dans les affaires politiques, sociales, économiques, religieuses, éducationnelles et culturelles de la vie.

Le message éloquent d'Abraham Lincoln à Gettysburg fut entendu par 15,000 personnes. Vingt et un millions d'appareils de radio étaient tournés aux écoutes quand le Président Roosevelt fit son discours du "coup de poignard dans le dos" à Charlottesville. Impossible d'estimer le nombre de millions à travers l'Empire qui écoutent le message du Roi le jour de Noël.

Rien qu'au Canada il y a 2,870,000 radios, ce qui signifie environ 11,335,000 auditeurs. Ces auditeurs sont servis par 115 postes privés canadiens et 17 postes de Radio-Canada. Les programmes domestiques de radio coûtent à eux seuls \$6,500,000 par an. (Les fonds de Radio-Canada sont obtenus comme suit: Licences \$4,798,291; programmes commerciaux \$1,842,558; divers \$95,914. Ce sont là les chiffres de l'exercice 1947-48.)

Choix de programmes

Que désirent entendre tous ces auditeurs, et que font les postes pour les contenter? La réponse de la radio est la variété de programmes qu'on trouve en tournant le bouton du cadran d'un bout à l'autre selon les goûts et l'humeur du moment. Il y a plus de 22,000 programmes chaque jour aux Etats-Unis: 8 millions par an.

Le dernier rapport de Radio-Canada nous donne de quoi réfléchir. La musique compte pour 56.6 pour cent des programmes sans interruption avec 43.4 pour cent pour les programmes vocaux. La subdivision est intéressante:

Musique	Heures %	Auditions vocales	Heures %
Opéras	1.3	Drame	4.5
Symphonies	1.7	Prose et Poésie	.2
Musique sacrée	.7	Informations	6.2
Classique	2.8	Education	2.8
Semi-classique	11.4	Commentaires	.7
Variétés	1.7	Nouvelles	.9
Légère	25.9	Résumé des nouvelles	14.2
Dance	8.4	Agriculture	5.9
Vieux temps	1.4	Bourse	.3
Orchestre	1.3	Sports	
		Résumé des sports	.5
		Sujets féminins	2.4
		Enfants	2.4
		Sujets religieux	2.4

Une des plus grandes difficultés en ce qui concerne les enquêtes sur la radio est de savoir ce que le public désire ou, encore mieux, ce qu'on devrait lui offrir.

En premier lieu, il n'y a pas un "seul public" mais "beaucoup de publics." Il y a ceux qui aiment à la fois la symphonie et les jeux de baseball, mais généralement ces programmes plaisent à des gens différents. D'aucuns prétendent que c'est le devoir de la radio de

faire aimer au public les programmes qui en valent la peine. D'un autre côté, ceux qui sont chargés des émissions pensent que c'est là une grande responsabilité, d'autant plus qu'ils ne sont pas aussi sûrs que les critiques de ce que le "public" désire.

Un plein cadran

La radio emplit toutes les secondes de la journée. Les Anglais ne trouvent pas de mal à l'interrompre parfois de temps en temps; en Amérique, elle marche tout le temps. Les annonces de l'heure agacent la plupart des auditeurs. On coupe une chanson au milieu d'une phrase pour annoncer qu'il est 7 heures 59 minutes 45 secondes et demie et cela laisse juste le temps à l'annonceur de dire qu'un autre programme commence à 8 heures 1 minute et demie. Ou bien, on ne finit pas un chef-d'oeuvre de musique pour annoncer l'heure et le nom du poste.

Nous sommes en été, et le choix des programmes est encore plus difficile qu'en hiver. Il y aura un tas de chansons bêtes, des concours, des prix etc. L'an dernier les quatre grands réseaux des États-Unis ont distribué \$4,297,557 en prix. Les postes du Canada en ont distribué également mais pas tout à fait sur une aussi grande échelle.

On dit que pour faire place à un mauvais programme il faut en abandonner cinq de bons, parce que personne ne les écoute ou que, s'il y a des gens qui les écoutent, ils n'écrivent pas au studio pour le dire.

Nouvelles et commentaires

Les nouvelles sont très appréciées à la radio. Les femmes semblent préférer écouter les nouvelles au lieu de les lire. Mais les gens qui s'intéressent vraiment aux événements continuent à lire le journal parce qu'il donne le texte en entier au lieu d'un résumé. Le grand nombre de sujets traités en quinze minutes ne permet pas de s'étendre sur les antécédents de chaque question, quoique, comme on le sait, le passé soit nécessaire pour comprendre le présent.

Le pouvoir de suggestion de la radio a été démontré dans plusieurs cas. Tout le monde se rappelle l'émoi causé aux États-Unis par le récit de l'invasion des Martiens. La même chose s'est produite dernièrement en Amérique du Sud et il fallut mobiliser les troupes pour maîtriser la foule qui se préparait à repousser l'invasion et qui, se rendant compte qu'on s'était moqué d'elle, se retourna contre le poste de radio et démolit l'édifice. Le pouvoir de suggestion s'est fait sentir également lorsque trois personnages bien connus furent ensevelis vivants par un éboulement dans une mine de la Nouvelle-Ecosse. Après l'annonce de l'accident, le poste joua "Nearer My God to Thee" comme bouche-trou entre deux nouvelles, et la plupart des auditeurs qui se rappelaient la perte du "Titanic" en déduisirent que les trois hommes étaient morts.

Programmes intellectuels

La suggestibilité des auditeurs de radio donne lieu de croire que les annonceurs pourront petit à petit

amener les auditeurs à apprécier de meilleurs programmes. J. W. Barnes, qui est professeur des arts radio-phoniques au Ryerson Institute of Technology, a dit dernièrement; "Donnez aux gens ce qu'ils désirent tant qu'ils écoutent; mais glissez de temps en temps des choses qu'ils n'écouteront pas de leur plein gré, pour leur ouvrir de nouveaux horizons de connaissances et de plaisir."

Le succès du Messie d'Haendel et de la Passion de St. Mathieu de Bach a démontré qu'il y a un grand nombre de gens au Canada que ces choses-là intéressent. Les opéras de Radio-Canada ont suscité tant d'éloges que la Société en donnera cinq autres à la prochaine saison. Les pièces du dimanche soir sont dans leur cinquième année et pendant cette période Radio-Canada a donné 169 pièces différentes, dont 119 inédites.

La dernière addition est celle du "Mercredi Soir" qui se propose d'offrir aux auditeurs canadiens des oeuvres importantes dans le domaine du théâtre, de la musique, de la littérature etc., en grande partie par des auteurs canadiens. Un article du New York Times a loué hautement ce programme et a dit qu'il intéressait un grand nombre d'auditeurs américains.

Télévision

La télévision est la plus fantastique des inventions du sans fil. Elle ajoute le mouvement à l'image, et la vision à l'émission des sons. Après avoir étendu sa voix et ses oreilles jusqu'au bout du monde, l'homme semble sur le point d'embrasser le globe de ses yeux.

Il a été annoncé ce printemps que le Canada aurait un réseau de télévision à lui. Montréal et Toronto seront les centres de production et de transmission. Quoique le projet appartienne en premier lieu à Radio-Canada et qu'il soit financé par un prêt de \$4 millions de la part du Gouvernement, les postes indépendants pourront obtenir des licences et se préparer depuis des années.

Les programmes de télévision coûtent cher. Sur les 55 postes fonctionnant ce printemps aux États-Unis, seulement trois avaient payé leurs frais et ces trois-là n'avaient pas encore commencé à rentrer dans leur capital.

Mais il existe de grandes possibilités. Les hommes d'affaires et les enthousiastes s'accordent à reconnaître que les programmes sur un grand écran feront de bonnes recettes quand ils seront possibles. Les théâtres seront bondés de gens qui viendront voir les événements transmis instantanément de toutes les parties du monde. Six théâtres de l'Ouest de Londres sont en train d'être outillés. Un théâtre de New Jersey possède un salon de télévision où un projecteur vous donne une image nette de six pieds par huit. Le Canada se propose d'employer un système qui comporte l'enregistrement de l'image sur film. L'image peut être captée dans l'air, enregistrée en 60 secondes et jetée immédiatement sur l'écran.

Le pouvoir de la radio

L'histoire n'est pas seulement écrite au moyen de mots, elle est faite au moyen de mots. On pourrait facilement en trouver la preuve chez des personnages renommés pour leurs grandes qualités, mais voyons d'abord ce qu'a dit un être inique qui a failli causer la ruine du monde: "Le pouvoir qui déclenche les plus grandes avalanches historiques de nature politique et religieuse a été, depuis le commencement, la force magique de la parole." C'est Adolf Hitler qui a dit cela dans *Mein Kampf*.

Si les méchants reconnaissent le pouvoir de la parole, on peut amplement démontrer aussi le bien qu'on peut faire avec elle. Un bon chef a souvent remonté le moral de ses hommes par les mots qu'il fallait. Quand Winston Churchill a dit aux Anglais, qui semblaient déjà vaincus, qu'il n'avait à leur offrir que du sang, des larmes et de pénibles labeurs, il a ranimé leur courage et les a encouragés à continuer la lutte. Ce discours a compté parmi les ressources de l'Empire Britannique à côté des soldats, des canons, des avions et des navires.

Un des plus grands bienfaits pour l'humanité, essentiel à la démocratie, est d'enseigner au public à penser — ce qui est le contraire d'accepter passivement ce qu'on vous dit — et de raisonner, ce qui est loin de se laisser mener par le bout du nez.

On devrait peut-être apprendre aussi aux enfants à demander des preuves de ce qu'on leur dit. Enseignons-leur à demander à leurs parents "pourquoi" quand on leur dit qu'il faut manger des épinards. Enseignons-leur à demander aux annonceurs d'expliquer clairement et sans détours pourquoi leurs marchandises sont bonnes. Enseignons-leur à se faire expliquer ce qu'ils entendent à la radio sous formes de nouvelles, de commentaires, d'analyses et de renseignements, et à en reconnaître l'impartialité ou le parti pris.

Notre cervelle travaille

Notre cervelle fonctionne plus rapidement que jamais et elle est envahie par une foule d'événements de toutes sortes. Nous nous sentons plus que jamais solidaires les uns des autres et nous nous intéressons à tout ce qui arrive, même de l'autre côté de la terre. La radio complique encore davantage notre vie puisqu'elle nous offre une image confuse du monde en diminuant notre chance de choisir et d'isoler les choses dont nous devons nous occuper. Nous nous habituons aux juxtapositions les plus extraordinaires, le sérieux et le trivial, le comique et le tragique. La description des vacances d'une princesse à Capri est suivie immédiatement par l'annonce de la prise de Shanghai.

Nous ne blâmons pas la radio pour tout cela, parce que notre incapacité de comprendre est causée par notre incapacité mentale de tenir tête aux progrès physiques, mais nous avons sûrement besoin de toute l'aide que la radio peut nous donner pour simplifier le chaos auquel elle contribue.

Les ombres sur le mur

Nous ne faisons pas tout ce que nous devrions en nous contentant d'adopter une attitude dédaigneuse. Les éducateurs qui organisent des programmes de radio nous ont dit qu'il n'y avait rien de plus difficile que de persuader les gens, tout désignés par leur expérience, leur éducation et leur rang dans la société, à prêter leur appui aux questions et projets méritoires que d'autres, moins bien renseignés mais plus loquaces et plus entreprenants, se font un plaisir d'attaquer au lieu de défendre.

La radio est un instrument, une des plus récentes inventions humaines. Comme le premier instrument de l'homme, le simple bâton pour creuser la terre qui fut facilement transformé en une massue pour combattre, la radio court le danger d'être employée à d'autres usages que ceux pour lesquels elle a été créée.

Rien ne sert d'attendre et d'espérer pour le mieux. Un jour viendra peut-être où l'homme retombera dans le silence et n'en sera pas moins grand, où il pensera davantage, supportera avec plus de patience la compagnie de ses semblables, résoudra ses problèmes avec plus d'honnêteté et de sagesse. Mais pour le moment il doit faire son possible pour créer une situation favorable à une existence de ce genre. Et cela consiste en tout ce qu'il peut faire pour perfectionner la radio de manière à aider le public à penser plus clairement.

Platon a dit que nous sommes comme des prisonniers dans une caverne, assujettis à ne voir que le fond de la caverne sur lequel se projettent les ombres des personnes et des animaux qui passent devant l'entrée, éclairés par le soleil pendant le jour et par un grand feu pendant la nuit. Nous nous faisons une idée du réel d'après les ombres qui passent sur le mur.

La fonction des gens intruits et expérimentés est sûrement d'interpréter les ombres s'ils ne peuvent pas faire retourner les auditeurs. La radio pourrait se charger de donner des renseignements complets, précis et sans parti pris sur les événements qui projettent leur ombre sur le mur; de distinguer entre l'important et le trivial; de montrer que de vagues silhouettes ne sont pas exactement la réflexion du monde réel.