



www.fjcf.ca

450, RUE RIDEAU, BUREAU 403
OTTAWA (ONTARIO) K1N 5Z4

☎ 613 562-4624 · 1 800 267-5173
📄 613 562-3995 ✉ fjcf@fjcf.ca

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
Avis de consultation : CRTC 2019-379

Comparution de la Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF)

Renouvellement des licences de radiodiffusion des divers services de programmation audio et audiovisuels de langues française et anglaise de la Société Radio-Canada

Allocution de Sue Duguay, présidente de la FJCF

Allocution virtuelle le 20 janvier 2021

Bonjour !

1. En tant que présidente de la Fédération de la jeunesse canadienne-française, c'est avec grand plaisir que je suis parmi vous aujourd'hui pour présenter nos recommandations pour le renouvellement de licences de la Société Radio-Canada. Je suis accompagnée de notre directrice générale, Josée Vaillancourt. Les terres sur lesquelles je me trouve font partie du territoire traditionnel non cédé des Mi'kmaq et des Malécites tandis que notre directrice générale se retrouve sur le territoire traditionnel non cédé des Algonquins.
2. La FJCF est un organisme national géré PAR et POUR les jeunes d'expression française au Canada. Nos membres sont des organismes jeunesse basés dans neuf provinces et deux territoires, qui représentent les intérêts des jeunes d'expression française de 14 à 25 ans. Notre expertise, c'est le vécu des jeunes. Sachant que vous avez pris connaissance de notre mémoire, je vais prendre le temps que vous nous accordez aujourd'hui pour vous parler de la réalité des jeunes d'expression française sur le terrain.
3. J'aimerais d'abord souligner l'importance capitale de la Société Radio-Canada pour nos communautés francophones en situation minoritaire. Il est essentiel d'avoir un média francophone national qui permet d'avoir accès à du contenu et d'entendre les nouvelles de partout au pays en français, mettant de l'avant des accents aussi divers que nombreux. Malgré les avancées de Radio-Canada au fil des ans, il y a place à de l'amélioration.
4. Dans un contexte minoritaire, les jeunes d'expression française n'ont accès qu'à un contenu très majoritairement anglophone dans lequel ils ne se reconnaissent pas toujours. C'est un facteur d'assimilation important.
5. Ceci est d'autant plus vrai que depuis presque un an, la COVID-19 cause une perte de contact des jeunes avec la langue française et nos cultures francophones. Sans les rassemblements en personne, où pouvons-nous trouver des échanges en français, si ce n'est pas présent dans les médias ? Ce qui capte l'attention des jeunes, ce sont les productions des géants américains, parce que c'est ce qui est le plus facilement accessible. Dans ce contexte, il est tellement important pour nous d'avoir plus facilement accès aux contenus produit par Radio-Canada, sur les plateformes que nous utilisons. Je rêve du jour

où le contenu de Radio-Canada pourra réellement occuper une place d'importance dans la vie des jeunes.

6. En décembre 2019, nous avons consulté des jeunes de partout au Canada en préparation de notre intervention au CRTC. Le message était clair : les jeunes savent que Radio-Canada existe. Toutefois, peu s'identifient au diffuseur public, perçu comme étant un média pour leurs parents. De plus, quand Radio-Canada s'adresse aux jeunes, il s'agit vraiment d'un très jeune public. Si on clique sur l'onglet jeunesse de Tou.TV, on se dit que des dessins animés, ce n'est pas pour nous. Les jeunes de 14 à 25 ans ne se retrouvent pas du tout dans ce contenu que l'on catégorise « jeunesse ». Ils reconnaissent l'importance de Radio-Canada pour nos communautés francophones mais veulent du contenu qui les intéresse et qui leur ressemble. Il faut que les jeunes fassent partie de la réflexion et de la solution pour susciter leur intérêt à consommer les contenus offerts. Nous recommandons que Radio-Canada fasse une analyse poussée de la tranche d'âge de l'audience en fonction des produits et organise des séances de discussions avec les organismes jeunesse.
7. Nous sommes d'avis que la Société Radio-Canada doit continuer ses efforts de création de contenu numérique de langue française informatif et rigoureux, créé par et ciblé pour un public jeunesse d'expression française. Il faut se le dire; il y a des bons coups, comme le contenu et la formule de RAD. C'est une formule qui est intéressante pour les jeunes. Par contre, RAD devrait s'intéresser davantage aux enjeux de la jeunesse francophone pour que l'on puisse y voir des jeunes de nos communautés impliqués dans la production et l'animation. Je parle ici de faire des efforts significatifs de collaboration et d'embauche de journalistes, graphistes, artistes, créateurs et créatrices francophones provenant de nos communautés partout au pays. En plus de favoriser l'embauche des jeunes d'expression française, Radio-Canada aurait dans ses équipes des personnes concernées par les sujets qu'ils aborderaient. Tous y trouveraient leur compte !
8. Radio-Canada doit faire davantage la promotion de la diversité d'accents de la francophonie canadienne sur toutes ses plateformes. Il y a là un lien direct au concept de sécurité linguistique, soit le sentiment de confiance et d'appartenance par rapport à ses accents, sa manière de parler ou son registre de langue. Au cours des trois dernières années, la FJCF a travaillé avec une variété de partenaires à développer la Stratégie nationale pour la

- sécurité linguistique. Radio-Canada a un rôle à jouer dans la mise en œuvre de cette stratégie. La façon la plus évidente serait de créer plus de contenu numérique en français qui ferait une place à la valorisation de nos accents. Les jeunes ont besoin de se voir et de s'entendre pour pouvoir s'identifier. Radio-Canada a ici une opportunité de leur apporter cette confiance, en offrant une représentation qui leur permettra de contribuer au développement de leur sentiment d'appartenance à leur langue et culture.
9. Cet enjeu de sécurité linguistique concerne aussi les jeunes qui souhaitent devenir journalistes. Qu'est-ce qui les encourage à poursuivre ce métier si leur accent est absent des médias, ou si ne leur donne pas une chance en raison de leur accent ? On leur envoie le message qu'il n'y a pas de place pour eux, que leur accent est une barrière. Pour éviter cela, nous aimerions que Radio-Canada contribue davantage à l'embauche de talents journalistiques locaux, et leur offre des opportunités de couverture médiatique tant locale que nationale ainsi que des occasions de création de contenu varié.
 10. Parlons maintenant de découvrabilité. Comment consommer un produit dont on ne connaît pas l'existence ? Pour piquer la curiosité des jeunes très tôt et les habituer à consommer des produits canadiens et francophones qui leur ressemblent, il faut rendre ces produits facilement découvrables. Les jeunes ne connaissent pas tout ce qui est disponible. Comme les jeunes consomment de moins en moins les médias traditionnels, les sujets abordés à la radio et à la télévision doivent systématiquement être adaptés au format numérique. Pour les intéresser, on devrait faire davantage la promotion de médias alternatifs comme Tou.TV, ou encore faire la promotion du contenu numérique sur des pages web comme celles de RAD ou encore de MAJ.
 11. Peu importe la plateforme ou le contenu, il est d'une grande importance que Radio-Canada diffuse plus de contenu produit localement pour que des émissions canadiennes et francophones originales ne se résument pas seulement à des nouvelles. La pandémie nous a montré l'importance d'appuyer ce qui est local. Ce principe est d'autant plus important quand on parle de production de contenu en français, dans toutes ses formes. Nous souhaitons que la SRC investisse davantage dans du contenu produit en région.

12. Il va sans dire que Radio-Canada doit assurer une représentativité équitable de l'actualité à l'extérieur des grands centres urbains. Nous aimerions aussi une plus grande représentation des francophones de partout au Canada dans le contenu national diffusé par la Société Radio-Canada. Trop souvent, les communautés francophones minoritaires doivent se contenter de sujets qui ne leur parlent pas. Je rêve du jour où je pourrai écouter un bulletin de nouvelles et comprendre ce qu'il se passe dans les autres communautés francophones à travers le pays, au lieu de seulement entendre les dernières nouvelles en provenance du Québec.
13. En dernier lieu, j'aimerais souligner l'importance que CBC et Radio-Canada s'engagent davantage à promouvoir la diversité linguistique au pays. Au cours des dernières années, il y a eu une augmentation de la stigmatisation, de la discrimination et de la francophobie, dus au manque de connaissances sur nos communautés. En tant que diffuseur national, CBC/Radio-Canada peut faire partie de la solution.
14. Merci de votre écoute. Nous demeurons disponibles pour répondre à vos questions.

PERSONNES RESSOURCES

Sue Duguay

Présidente, FJCF
presidence@fjcf.ca

Josée Vaillancourt

Directrice générale, FJCF
josee@fjcf.ca
(613) 617-6652