

## Bulletin d'histoire politique

# La propagande de Vichy et la réponse du gouvernement canadien

Claude Beauregard



Volume 7, Number 2, Winter 1999

Vichy, la France libre et le Canada français

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1060319ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1060319ar>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

Bulletin d'histoire politique  
Comeau & Nadeau Éditeurs

### ISSN

1201-0421 (print)  
1929-7653 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this article

Beauregard, C. (1999). La propagande de Vichy et la réponse du gouvernement canadien. *Bulletin d'histoire politique*, 7(2), 33–42.  
<https://doi.org/10.7202/1060319ar>

Tous droits réservés © Association québécoise d'histoire politique; VLB Éditeur, 1999

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

**Érudit**

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

# La propagande de Vichy et la réponse du gouvernement canadien



Claude Beauregard<sup>1</sup>  
historien

Au cours de la Deuxième Guerre mondiale, le gouvernement canadien intervient dans le domaine de l'information, plus particulièrement avec l'imposition de la censure et le développement de la propagande. Ottawa va utiliser la Société Radio-Canada et créer l'Office national du film et Radio-Canada international pour diffuser ses messages autant au Canada qu'à l'étranger. Une organisation va jouer un rôle important dans la définition et le rôle de la propagande. Il s'agit du Bureau d'information publique (*Bureau of Public Information*) qui deviendra en 1942 la Commission d'information en temps de guerre (*Wartime Information Board*), qui relève du premier ministre lui-même<sup>2</sup>.

L'étude des communications au Canada lors de la Deuxième Guerre mondiale démontre que la propagande de Vichy à l'endroit des Canadiens français oblige le ministère des Affaires extérieures à agir à deux niveaux différents. Il faut, d'une part, présenter aux Français le point de vue du Canada sur toutes les questions concernant son implication dans ce conflit et, d'autre part, convaincre les Canadiens français de l'importance de participer à cette guerre et discréditer les propos propagés par l'ennemi. Il s'agit donc de faire de la propagande autant sur la scène internationale que sur la scène nationale. Ici, nous parlons de la propagande radiophonique et Radio-Canada est l'instrument utilisé par le gouvernement fédéral.

## La propagande radiophonique au Québec pendant la Deuxième Guerre mondiale

Gérard Laurence a écrit l'histoire de la censure et de la propagande radiophonique au Québec pendant la Deuxième Guerre mondiale. Il s'agit d'une recherche admirable où l'auteur a tenu compte de la composante politique dans l'explication des transformations que connaît la Société Radio-Canada de 1939 à 1945. Selon Laurence, la propagande de guerre au Québec se double d'une propagande idéologique «qui vise à combattre le nationalisme, principal obstacle à l'effort total que demandent les Canadiens anglais»<sup>3</sup>. L'auteur identifie deux périodes distinctes dans le développement de la propagande. La première, de 1939 à 1942, où la radio cherche la manière d'expliquer la guerre.

La seconde, qui débute après le plébiscite de 1942 où «la guerre n'est plus à expliquer, elle est à gagner»<sup>4</sup>. Le 27 avril 1942, 80% des Canadiens français du Québec votent «non» à la question suivante: «Consentez-vous à libérer le gouvernement de toute obligation, résultant d'engagements antérieurs, restreignant les méthodes de mobilisation pour le service militaire?». Cette réponse cause un choc. «On cherche les responsables. Le dispositif de persuasion est l'objet d'une remise en cause»<sup>5</sup>. Le Comité parlementaire de la radiodiffusion va donc se pencher sur l'effort de guerre du réseau français de Radio-Canada. «La prestation de la Société d'État au Québec est vivement mise en cause. Une lourde suspicion pèse sur le degré de sa contribution à l'effort de guerre»<sup>6</sup>. Ajoutons à ceci que la propagande ennemie sur ondes courtes est présente au Québec. Ces raisons justifient l'utilisation de la propagande par le gouvernement fédéral. On propose plusieurs solutions mais deux propositions reviennent toujours:

D'une part, il faut en finir avec le complexe que l'on entretient à l'égard de la propagande. Elle est nécessaire et indispensable, maintenant plus que jamais. D'autre part, dans cette entreprise de propagande, la radio est appelée à jouer un rôle clé et, tout naturellement, Radio-Canada doit se tenir en première ligne. En clair, il faut utiliser les méthodes de l'ennemi, aussi massivement et aussi efficacement. Cela accepté, il faut centraliser, coordonner et planifier ce qui se fait en ordre trop dispersé, s'assurer une présence constante et affiner ses méthodes<sup>7</sup>.

On met en application les recommandations de Georges R. Benoît que nous verrons plus loin: annonces placées dans des émissions stratégiques; attaques dirigées contre Vichy; recherche du public cible; exploitation du héros de guerre; utilisation massive des radio romans. En ce qui concerne la guerre psychologique, les émissions allemandes sur ondes courtes destinées au Québec débutent, régulièrement, le 10 octobre 1941, avec la première émission de «Paris-Canada». En plus des émissions de Radio-Paris, Radio-Vichy commence à diffuser des émissions pour l'Amérique du Nord en septembre 1941. Il faudra attendre l'été 1942 pour voir se mettre en place un effort de contre-propagande et décider de doter le Canada d'une station à ondes courtes.

### **La propagande de Vichy au Québec et la réaction canadienne**

Le 10 novembre 1941, Claude Melançon, directeur associé du Bureau d'information publique, écrit à Ernest Lapointe pour lui faire part de ses craintes concernant les effets de la propagande de Vichy au Québec. Cette propagande «exploite avec succès l'anti-britannisme d'une certaine presse et d'une bonne

partie de nos pseudo-intellectuels»<sup>8</sup>. Selon Claude Melançon la seule façon de sauver la France est une intervention des Britanniques et de leurs Alliés. Mais au Québec on ne partage pas ce point de vue. «Depuis la chute de la France, *Le Devoir* — et à sa suite une partie du bas-clergé de la province de Québec — autrefois hostiles à la France, ont épousé à la lettre le programme “Patrie, Famille, Travail” et se sont efforcés par tous les moyens de nous en rendre solidaires»<sup>9</sup>. Pour contrer «le programme radiophonique» de Vichy et les activités des consuls de Québec (M. Ricard) et de Montréal (M. Henri Coursier), Melançon entend «présenter sous peu par radio, de Londres, le point de vue canadien-français loyal... Il faudrait surtout empêcher notre presse pro-nazie de continuer sa besogne subversive»<sup>10</sup>. Pour ce qui est des consuls, Melançon croit qu’il faut mettre fin à leurs activités.

Quelques jours plus tard, les censeurs de la poste interceptent un document envoyé à Saint-Pierre-et-Miquelon intitulé «Plan de la propagande de la Légion Française des Combattants»<sup>11</sup>. Il s’agit d’un texte qui explique comment organiser et diriger des activités de propagande. Les fonctionnaires à Ottawa s’inquiètent. Le 14 novembre 1941, une réunion au ministère des Affaires extérieures tente de faire le point sur les méthodes et les effets de la propagande dirigée vers les Canadiens français. Pour contrer les émissions sur ondes courtes et les activités des consuls français au Canada<sup>12</sup>, on propose de surveiller les émissions venant de Paris et de Vichy «and broadcasts in reply could be prepared in Canada (in record form, since no short-wave facilities are available) and forwarded by bomber for transmission to France through the facilities of the BBC»<sup>13</sup>. On juge aussi important de présenter aux Canadiens français des émissions radio alternatives. «In this connection it might be possible to use such BBC-wave transmissions to Canada as “Radio News Reel” to broadcast material which places the group of collaborationists behind Petain in their true light»<sup>14</sup>.

Vers la fin janvier 1942, Radio-Vichy annonce une augmentation du nombre d’heures de diffusion en français vers l’Amérique du Nord<sup>15</sup>. De plus, Melançon écrit à L. B. Pearson qu’en rapport «with the Vichy broadcasts, I wish to point out that, with the arrival of Mr. Ricard in Quebec coincided the publication in *L’Action catholique* and *Le Devoir* of a so-called French News Service which was a transcription of the broadcasts»<sup>16</sup>. Lester B. Pearson reconnaît que le Canada fait peu pour contrer la propagande de Vichy. Il recommande que l’on surveille les agissements des consuls français au Canada: «Should not the police detail someone to watch for this by checking on their mailing facilities; if necessary, by following the particular employee who is posting the letters? Also, should not their telephone be tapped? I think that we should make every possible effort to discover whether these Consuls are, in fact, engaged in this work of distributing Vichy broadcasts or in other

anti-allied propaganda and that if we secure evidence to this effect they should be sent home at once»<sup>17</sup>. En ce qui concerne la propagande sur ondes courtes, Pearson constate que le Canada ne possède aucune installation radio de ce genre. Il réalise aussi que rien n'est fait pour développer une programmation française qui pourrait faire contrepoids aux émissions de Vichy.

Another way of meeting this situation would be by counter radio propaganda through French programmes in Quebec. Practically nothing seems to be done in this direction. Melançon tells me that the C.B.C. French-speaking officials concerned are averse to propaganda even for our own cause. I have made an examination of the French C.B.C. broadcasts for the forthcoming week. There are only talks that have anything to do with the war and practically no effort is being made through this medium to enlighten opinion and strengthen morale. That is, I think, an astonishing situation. We allow Vichy and Paris to broadcast every day their views of the war and we refrain almost entirely from telling our own people about the issues involved<sup>18</sup>.

Au mois d'avril 1942, le Bureau d'information publique accuse *Le Devoir* de publier des articles qui sont des transcriptions des programmes de propagande de Vichy. Un texte intitulé «Le plébiscite sur la dénatalité en France», imprimé le 9 avril, provient de «La voix de la France», une émission de Radio-Vichy diffusée quelques jours plus tôt, le 6 avril<sup>19</sup>.

### **L'attitude d'Ottawa face à la propagande commence à changer à l'été 1942.**

N. A. Robertson, sous-secrétaire d'État au ministère des Affaires extérieures convoque une réunion le 3 juin pour discuter d'une nouvelle approche concernant la propagande. Robertson remet en question la façon dont le gouvernement canadien traite les émissions ennemies.

Discussion of the precise nature of these broadcasts has been played down on the assumption that they should not be unduly advertised to the general public. No copies of the monitored reports, for example, have been made available to the newspapers or general public. The weakness of this policy lies in the fact that it does not prevent these broadcasts from wielding a considerable influence within Canada and secondly that the absence of factual information does not prevent discussion of these broadcasts<sup>20</sup>.

Selon Robertson, le temps est venu d'analyser les effets de la propagande ennemie: «In the first place, we must learn more about their actual impact, particularly upon the people of Quebec, but also in other parts of Canada as well. The first step is fact finding, both through ordinary research on the short wave radio audience in Canada and, if necessary, through the technique of sampling surveys»<sup>21</sup>. Robertson réalise qu'il faut coordonner le travail des intervenants dans le domaine de la propagande et tenter de présenter au monde le point de vue canadien.

On the home front we might usefully consider the sort of material now being carried over the radio Canada network and the present liaison between the short wave monitoring services of the C.B.C. and the Public Information officials who are directly concerned with issuing information material to Quebec. At the same time, since a false picture of the Canadian war effort is being broadcast throughout the world, it is essential that steps be taken to correct the impression that French Canadians are opposed to Canadian participation in this war. While, from a long term point of view the establishment of our own short wave facilities appears to be a most necessary step, the greatest possible use should be made, in the meantime, of facilities in the United States and in the United Kingdom to describe the real feelings of Canada, and particularly of French Canada, to France and French speaking territories<sup>22</sup>.

Robertson s'interroge sur la possibilité, pour le gouvernement, de présenter au public canadien sa propre interprétation des émissions de propagande nazie. Cette idée ne sera pas retenue car l'on juge qu'il est préférable de ne faire aucune publicité entourant ces émissions<sup>23</sup>.

Au Canada, la responsabilité de surveiller et de transcrire les émissions de propagande ennemie revient au *CBC Listening Post*. À l'origine ce travail d'écoute avait pour but de suivre l'actualité internationale pour le bureau national des nouvelles. Depuis le début de la guerre, Radio-Canada dirige ses efforts vers l'écoute des émissions provenant des pays ennemis. Étant donné qu'il s'agit d'une petite organisation, le *CBC Listening Post* n'est pas en mesure d'intercepter les émissions ennemies vers d'autres pays et ainsi connaître la façon dont on décrit le Canada<sup>24</sup>.

D'après Robertson, les rapports provenant du *CBC Listening Post* indiquent clairement «that one of our basic problems in the field of public information is to build stout defences against the insidious lies and half-truths which are directed to the people of the Province of Quebec»<sup>25</sup>.

À l'automne 1942, la Commission d'information en temps de guerre développe une stratégie sur la façon de traiter la propagande ennemie. Cette organisation est convaincue que les émissions de Paris et de Vichy ont une influence au Québec.

The Gallup poll on the other hand and the statements of well informed people have confirmed my personal observations: The Vichy and Paris-Canada broadcasts have a large audience in Quebec ; and, which is still more serious, everything indicates that influential leaders of public opinion and also some journalists take their slogans and inspiration from these broadcasts. One can say, perhaps more accurately, that Paris-Canada and Vichy on the one side, and the "nationalist" French Canadian elements on the other side, are mutually inspiring and informing each other<sup>26</sup>.

D'après la Commission, cette propagande fait la promotion du régime et des doctrines de Vichy et favorise la haine contre «les Anglais». Pour s'attaquer à cette propagande, il faut détruire le mythe Pétain.

Because the whole problem centers on Pétain. It is useless to delude oneself. In the Province of Quebec, the Pétain-cultists are the enemies of the war-effort, of various shades and hues. All sorts of reasons for their admiration are admitted or alleged : One is pro-Pétain because he is the chief of an anti-British France, of an anti-semitic France. On the other hand, some people declare that they are for Pétain, because he is the man who prevents "bad ones" like Laval, or even Darlan, to sell France out to the Germans. According to them, Pétain is the "Man of Providence" who has been placed at his post to prevent a greater evil and who prays every day for an allied victory<sup>27</sup>.

On estime que si les partisans de Vichy sont peu nombreux parmi les Canadiens français, ils exercent tout de même une influence considérable sur l'opinion publique. C'est pourquoi la propagande canadienne doit s'adresser à l'homme de la rue et la radio est le meilleur média pour le rejoindre. Cette propagande doit être «artistique» si elle utilise la fiction ou encore faire preuve d'autorité si elle provient d'une personne reconnue. «There would be some more useful work for Radio-Canada in favour of Canada and the Allies, who are fighting for the same cause»<sup>28</sup>.

Un autre mémorandum adressé au vice-président de la Commission d'information en temps de guerre fait le point sur les techniques de propagande et

présente une série de mesures visant à mettre en œuvre la promotion de la guerre au Québec. Il s'agit d'un document unique qui explique le rôle que pourrait jouer la Société Radio-Canada dans la diffusion de la propagande. Selon l'auteur du document, Georges R. Benoît<sup>29</sup>, pour être efficace, la propagande doit reposer sur une information exacte, complète, franche et sur une vaste publicité des mesures gouvernementales. La propagande doit être indirecte et se fonder sur une saine psychologie. Elle doit emprunter des outils populaires auprès de la classe ou les classes visées et se présenter de façon idéale pour retenir l'attention de la population et favoriser la persuasion. Ainsi les événements sportifs devraient être exploités au maximum. Les propagandistes doivent avoir accès aux milieux de la presse, de la radio, du cinéma et autres formes de divertissements. La propagande «must also be in a position to clamp the strictest censorship on all domestic sources of adverse propaganda, including the suppression of newspapers, periodicals, etc. of subversive tendencies»<sup>30</sup>. Une propagande réussie doit se baser sur une contre-propagande efficace. Pour contrer la propagande de l'ennemi il faut connaître parfaitement les méthodes qu'il utilise.

Georges R. Benoît présente plusieurs suggestions. D'abord trouver une personne pour remplacer feu Francœur, qui dans une série d'émissions quotidiennes de 15 minutes expliquait la guerre à la population. «Francœur was by far the best propaganda medium in the Province of Quebec»<sup>31</sup>. L'auteur propose aussi la création de plusieurs séries radiophoniques: l'histoire du Canada, l'effort de guerre de la population canadienne, une émission éclair «pour étouffer la dernière rumeur», une tribune du travail, une série d'émissions dominicales. Parmi les autres moyens notons: faire rentrer au pays, de la façon la plus spectaculaire, des militaires canadiens-français qui ont mérité des médailles pour leur bravoure; un concours d'affiches de guerre; utiliser le cinéma; établir une liaison entre la Commission d'information en temps de guerre et les promoteurs d'événements sportifs; exploiter les foires agricoles («These are attended religiously by the rural population and they offer an excellent field for propaganda»<sup>32</sup>); organiser des discours publics; démolir le caractère sacré de Pétain.

Benoît termine son mémorandum en soulignant que «all French speaking stations, both C.B.C. and privately owned be mobilized for the purpose, so that the listener will have no opportunity but to listen to such broadcasts»<sup>33</sup>. L'auteur ajoute que le succès de toute propagande au Québec dépend du soutien qu'accordera le cardinal Rodrigue Villeneuve à la Commission d'information en temps de guerre. Il faudra aussi s'assurer que les Canadiens français reçoivent une représentation ministérielle adéquate et veiller à la création d'industries de guerre au Québec. Enfin, «one thing which must definitely be done if propaganda in the Province of Quebec is to succeed is to shift the emphasis to "Canada" from the "British Empire". French-Canadians should be made to realise that they are fighting, working and paying taxes for the



salvation of Canada, not for the British Empire. There lies one of the deepest rooted prejudices of French Canadians»<sup>34</sup>.

## Conclusion

Il faut attendre 1942 pour voir une réponse coordonnée à la propagande ennemie qui implique le ministère des Affaires extérieures, le Bureau d'information publique, la Direction de la censure et Radio-Canada. Chacune de ces organisations a un rôle bien particulier à jouer. Les Affaires extérieures vont définir les grandes orientations du programme canadien de propagande internationale et émettre les directives nécessaires. Le Bureau d'information publique, plus tard la Commission d'information en temps de guerre, devient l'organisme responsable de la propagande, qui doit non seulement faire la promotion de la guerre au pays et à l'étranger, mais aussi déterminer l'état de l'opinion publique de la population canadienne. Radio-Canada, tout comme l'Office national du film, est un instrument de diffusion de propagande, un instrument qui doit influencer et convaincre. Pour bien réaliser cette tâche, plus particulièrement au Québec, elle doit comprendre la psychologie de son auditoire. Pour sa part, la censure a une triple fonction: empêcher la diffusion dans les médias d'informations qui pourraient servir les fins militaires des forces ennemies, empêcher la diffusion dans les médias d'informations qui sont contraires aux intérêts du gouvernement et servir de source de renseignements.

Le mémorandum rédigé par Georges R. Benoît permet de saisir le rôle des différentes organisations dans le monde de la propagande. Pour contrer la propagande ennemie il faut d'abord connaître les méthodes de l'adversaire en ayant recours à l'écoute et aux journaux et documents écrits publiés par celui-ci. Les rapports de la censure postale permettront de comprendre la tendance de l'opinion publique telle qu'elle apparaît dans la correspondance des citoyens. Les émissions populaires ont un large auditoire au Québec; si les «héros de la radio» parlent en faveur de la participation active à l'effort de guerre cela stimulera les Canadiens français. En ce qui concerne le cinéma, l'Office national du film devrait réaliser les images de propagandes suggérées et planifiées par la Commission d'information en temps de guerre<sup>35</sup>. D'un autre côté, la censure veillera à empêcher la diffusion de l'information provenant de l'ennemi. En 1941, Wilfrid Eggleston, responsable de la Direction de la censure, affirmait: «Censorship in wartime seeks to withhold military information from the enemy, and to safeguard public morale from the corrosion of enemy propaganda»<sup>36</sup>. Selon Eggleston, la censure est une arme qui permet de combattre la guerre psychologique de l'ennemi.

Enfin, soulignons que le gouvernement canadien découvre, avec la guerre, que les communications sont un élément important de la souveraineté nationale. Pouvoir présenter librement aux différents pays du monde sa vision

des événements et propager ses valeurs et sa propagande, sont des preuves indéniables d'indépendance nationale.

## NOTES ET RÉFÉRENCES

1. Claude Beauregard poursuit présentement des études postdoctorales à l'Université Laval sur le contrôle et la manipulation de l'information au XXe siècle. Le texte que l'auteur nous présente ici est tiré d'une recherche plus générale qui sera éventuellement publiée.

2. Pour comprendre le rôle du gouvernement fédéral dans le domaine des communications pendant la guerre, voir Gérard Laurence, «Province de Québec», in Hélène Eck, *La guerre des ondes: Histoire des radios de langue française pendant la Deuxième Guerre mondiale*, Montréal, Hurtubise HMH, 1985, p. 291, 292, 294; C. P. Stacey, *Armes, hommes et gouvernements: Les politiques de guerre du Canada 1939-1945*, publié d'ordre du ministre de la Défense nationale, Ottawa, 1970, p. 126, 137, 138; William Robert Young, *Making the Truth Graphic: The Canadian Government's Home Front Information Structure and Programmes During World War II*, Thesis - Ph.D., University of British Columbia, (History), 1978, p. 8, 11, 12, 435.

3. Gérard Laurence, «Province de Québec», in Hélène Eck, *La guerre des ondes: Histoire des radios de langue française pendant la Deuxième Guerre mondiale*, Montréal, Hurtubise HMH, 1985, p. 285.

4. *Ibid.*, p. 286.

5. *Ibid.*, p. 322.

6. *Ibid.*, p. 322.

7. *Ibid.*, p. 329.

8. RG 25, G2, vol. 2931, dossier 2861-40, lettre de Claude Melançon au Très Honorable Ernest Lapointe, Ottawa, 10 novembre 1941.

9. *Ibid.*

10. *Ibid.*

11. RG 25, G2, vol. 2931, dossier 2861-40, lettre de A. Gagnon (Assistant Chief Postal Censor) à Thomas A. Stone (Department of External Affairs), November 13, 1941. Voir le rapport du censeur joint à la lettre.

12. On croit que les consuls entretiennent des relations avec les journaux. «The arrival of Mr. Ricard as new French Consul at Quebec has served to strengthen the ties between the French community in Canada and Vichy, while close relations are maintained between the various French Consuls, particularly in Montreal and Quebec, and French language newspapers such as "Le Devoir". Recent editorials and articles appearing in *Le Devoir* and occasionally in "Le Droit" point to the possibility that French Consuls have been active in placing pro-Vichy articles in Canadian newspapers, and suggest the need for carefully watching their activities». RG 25, G2, vol 2931, dossier 2861-40, French Propaganda in Canada, Visit of Mr. Claude Melançon, 17.11.41.

13. *Ibid.*

14. *Ibid.*

15. RG 25, G2, vol 2931, dossier 2861-40, lettre de Peter Aylen (Programme Liaison Officer, Canadian Broadcasting Corporation) à Saul Rae (Department of External Affairs), Ottawa, February 4th, 1942.
16. RG 25, G2, vol 2931, dossier 2861-40, lettre de Claude Melançon à L. B. Pearson, Ottawa, March 3, 1942.
17. RG 25, G2, vol 2931, dossier 2861-40, mémorandum de L. B. Pearson à M. Robertson. Re Vichy Propaganda in Canada, March 4th, 1942.
18. *Ibid.*
19. RG 25, G2, vol 2931, dossier 2861-40, lettre à M. Stone, Ottawa, April 16th, 1942.
20. RG 41, vol. 439, dossier 27-9-21-1, lettre de N. A. Robertson (Under-Secretary of State for External Affairs) au major Murray (General Manager of the Canadian Broadcasting Corporation), Ottawa, May 29th, 1942.
21. *Ibid.*
22. *Ibid.*
23. RG 41, vol. 439, dossier 27-9-21-1, lettre de N. A. Robertson au colonel Biggar (Director of Censorship), Ottawa, June 19th, 1942.
24. RG 41, vol. 439, dossier 27-9-21-1, lettre de Peter Aylen à Davison Dunton (Wartime Information Board). Voir le document intitulé «Monitoring Service».
25. RG 41, vol. 439, dossier 27-9-21-1, lettre de N. A. Robertson au major Murray, Ottawa, October 14th, 1942.
26. RG 36, Series 31, vol. 26, dossier 12, mémorandum de Rudel-Tessier (employé à la section française de la Commission d'information en temps de guerre) à Charles Vining, September 12th, 1942.
27. *Ibid.*
28. *Ibid.*
29. G.R. Benoît est le directeur des services français de la Commission d'information en temps de guerre.
30. RG 36, Series 31, vol. 26, dossier 12, Georges R. Benoît, Memorandum to the Vice-Chairman of the Wartime Information Board, Ottawa, September 23rd, 1942.
31. *Ibid.*
32. *Ibid.*
33. *Ibid.*
34. *Ibid.*
35. RG 36, Series 31, vol. 26, dossier 12, Georges R. Benoît, Memorandum to the Vice-Chairman of the Wartime Information Board, Ottawa, September 23rd, 1942.
36. RG 41, vol. 435, dossier 27-4-2 pt 6, Press Censorship, An address delivered at Kingston, Ont., by Wilfrid Eggleston, before the Canadian Political Science Association, on May 23rd, 1941.