

2m11.2576.9

Université de Montréal

Le développement récent de la télévision québécoise:  
une histoire bien canadienne

par

Yvon Lalande

Département de sociologie

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures  
en vue de l'obtention du grade de  
Maître ès sciences (M.Sc.)  
en **sociologie**

Juin, 1997

©Yvon Lalande, 1997



HM  
15  
U54  
1998  
V.010

Division des Ressources

Le développement humain de la région québécoise  
une justice / une croissance

\*

un

à son libéral

Le programme de recherche

l'impact de la loi sur le développement

M. Jean-Pierre Gauthier, Directeur  
de la recherche et de l'évaluation  
des programmes de la Division  
des Ressources

1998

Document de recherche



Université de Montréal  
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé:

Le développement récent de la télévision québécoise:  
une histoire bien canadienne

présenté par

Yvon LALANDE

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes:

Marcel FOURNIER	président du jury
Camille LEGENDRE	directeur recherche
Florian SAUVAGEAU	membre du jury

Mémoire accepté le: 25 novembre 1997

## Sommaire

En moins de dix ans, une chaîne généraliste de télévision et sept chaînes spécialisées sont apparues au Québec. Pourquoi une expansion aussi rapide que récente de la télévision québécoise? Telle est la question à la base de cette recherche.

On a avancé plusieurs explications à ce sujet. Certains chercheurs insistent sur l'importance grandissante d'entrepreneurs privés ayant encouragé une telle augmentation dans le paysage audiovisuel canadien. D'autres préfèrent souligner la domination des câblodistributeurs sur l'industrie québécoise de la télévision. Ces derniers, devenus depuis quelques années plus riches et plus puissants que les radiodiffuseurs, favoriseraient l'augmentation des chaînes pour offrir davantage de choix à leurs consommateurs.

Divers observateurs affirment plutôt que les autorités fédérales, responsables de la supervision de la télévision au Canada, n'auraient pas compris les différences entre les publics canadien et québécois, lesquels ont toujours manifesté des goûts fort différents en matière de télévision. On aurait ainsi favorisé l'augmentation des chaînes au Québec parce qu'elle avait tout d'abord été autorisée au Canada anglais. Des analystes ont réfuté cette affirmation en affirmant que le CRTC, la régie fédérale des ondes, avait été placé dans l'obligation de favoriser une telle augmentation pour faire cesser les transferts de l'auditoire francophone vers la télévision de langue anglaise, observés au début des années 80.

Devant ces positions plus ou moins contradictoires, pour répondre à sa préoccupation de départ, l'auteur a favorisé une approche élaborée en sociologie des organisations. Il tente de saisir la dynamique entre le système audio-visuel québécois et les acteurs d'un tel système.

Dans un premier temps, il étudie le cadre institutionnel de la télévision québécoise de façon à comprendre dans quel contexte a été amorcée l'augmentation des chaînes au Québec. Il constate la très grande importance accordée par les autorités canadiennes à la puissance d'attraction des États-Unis et le rôle prioritaire joué par les agences régulateurs au Canada pour lutter contre cette « menace » américaine.

Dans un deuxième temps, à l'aide de grilles élaborées à partir de modèles développés par des chercheurs de la réalité organisationnelle, il observe et analyse deux audiences publiques du CRTC, et qui ont eu pour conséquence la création de Télévision Quatre-Saisons et de cinq chaînes spécialisées. Il constate à quel point le caractère bureaucratique du CRTC est l'élément le plus important pour expliquer la nature de ses décisions.

L'auteur conclut que le CRTC a dominé le développement récent de la télévision au Québec à partir d'une double orientation de sa part: il a tout d'abord agi à titre de *bureaucratie* et de bureaucratie *canadienne* ensuite. Les autres éléments d'explication avancés jusqu'à ce jour sur cette augmentation rapide de chaînes au Québec n'auraient donc pas l'importance qu'on a pu leur attribuer.

# Table des matières

<i>Introduction</i> .....	2
<b><i>Chapitre un. Pourquoi autant de chaînes de télévision au Québec?</i></b> .....	<b>8</b>
La télévision québécoise des années 90 .....	10
Les forces du marché laissées à elles-mêmes .....	15
La domination des câblodistributeurs .....	17
Les autorités fédérales ne comprennent pas la télévision québécoise.....	19
La réduction des transferts linguistiques à la télévision québécoise .....	21
<b><i>Chapitre deux. Préoccupations théoriques</i></b> .....	<b>27</b>
La télévision: déterminisme technique et lien social .....	31
Lien social et déterminisme technique à la télévision québécoise .....	32
La télévision: un regroupement d'organisations .....	35
La définition de l'objet d'études .....	37
L'acteur et le système.....	41
Une approche qui comporte des limites .....	45
<b><i>Chapitre trois. Méthodologie</i></b> .....	<b>49</b>
Les audiences publiques du CRTC: un système d'action .....	51
L'acteur social dans le système d'action .....	55
Les composantes de l'acteur social: ses valeurs, ses principes d'action et les résultats prévus à la suite de son action .....	57
<i>Les valeurs</i> .....	58
<i>Les principes d'action</i> .....	59
<i>Les résultats prévus</i> .....	60
Définition du système télévisuel québécois .....	62
Les trois niveaux d'analyse du système télévisuel québécois .....	65

<b>Chapitre quatre. Le cadre institutionnel de la télévision québécoise.....</b>	<b>73</b>
L'évolution de la radiodiffusion au Canada .....	75
Une institution en soi: la société Radio-Canada .....	93
La stratégie canadienne en matière de télévision .....	94
La télévision québécoise fait-elle partie d'un système unique? .....	97
Le CRTC: une agence régulatoire canadienne .....	101
Les régies canadiennes: des appareils bureaucratiques peu soucieux des réalités régionales? .....	108
<b>Chapitre cinq. La création de Quatre-Saisons.....</b>	<b>118</b>
La réglementation du CRTC.....	120
Le CRTC: valeurs.....	124
<i>a) Les problèmes</i> .....	125
<i>b) Les besoins</i> .....	127
<i>c) Les solutions-objectifs</i> .....	128
Les principes d'action du CRTC .....	131
<i>a) Les zones d'incertitude</i> .....	131
<i>b) Les capacités</i> .....	133
La portée des décisions du CRTC.....	137
Les décisions du CRTC: valeurs.....	138
Les décisions du CRTC: principes d'action.....	141
Les décisions du CRTC: résultats prévus.....	143
Quatre-Saisons: une décision essentiellement de nature économique.....	143
La défense des intérêts particuliers.....	147
L'attrance des programmations de langue anglaise sur les téléspectateurs de langue française .....	150
Le CRTC démontre son autorité .....	153
Le manque d'intérêt du CRTC pour les programmations .....	155
ANNEXE. Les stratégies des acteurs sociaux à l'audience Quatre-Saisons.....	160

<b>Chapitre six. La création de chaînes spécialisées au Québec .....</b>	<b>189</b>
Les événements qui ont précédé la création de chaînes spécialisées au Québec .....	192
Les débuts des chaînes spécialisées au Canada et au Québec .....	195
Une audience nationale pour l'ensemble du Canada.....	201
Le CRTC: valeurs .....	205
<i>a) Les problèmes</i> .....	205
<i>b) Les besoins</i> .....	206
<i>c) Les solutions-objectifs</i> .....	208
Le CRTC: principes d'action .....	210
<i>a) Les zones d'incertitude</i> .....	211
<i>b) Les capacités</i> .....	213
<i>c) Nature des rapports</i> .....	214
<i>d) Augmentation des ressources</i> .....	215
Les décisions du CRTC.....	217
Les décisions du CRTC: valeurs.....	218
Les décisions du CRTC: principes d'action.....	222
La création de chaînes spécialisées au Québec: la mise en application d'une perspective nationale.....	230
La nécessaire équivalence de toutes les chaînes spécialisées.....	231
L'importance des structures.....	232
Le poids des câblodistributeurs.....	235
Des engagements importants.....	238
La validité des recherches.....	239
Le cas MTVQ.....	245
Le CRTC voulait-il démontrer son autorité? .....	246
 ANNEXE. Les stratégies des acteurs sociaux à l'audience portant sur la création de chaînes spécialisées .....	 250

<b><i>Conclusion. Une histoire bien canadienne</i></b> .....	<b>290</b>
Le CRTC comprend-il la télévision québécoise?.....	293
Un mécanisme en deux temps .....	295
Une dynamique canadienne.....	297
Le CRTC a dominé le développement de la télévision québécoise .....	298
Un développement artificiel .....	306
L'importance des organisations .....	315
<b><i>Bibliographie</i></b> .....	<b>319</b>

Le développement récent  
de la  
télévision québécoise:

une histoire  
bien canadienne

Yvon Lalande

---

*«Les technocrates sont des hédonistes du pouvoir. Leur obsession des structures et leur incapacité ou leur refus de les lier à l'intérêt général font de ce pouvoir une force abstraite. Une force qui s'exerce, le plus clair du temps, à contre-courant des besoins véritables d'un monde cruellement réel.»*

John Saul, Les bâtards de Voltaire, p. 118.

# *Introduction*

---

---

**L**e paysage télévisuel montréalais et québécois s'est fortement modifié depuis 1986. Jusqu'alors, le téléspectateur montréalais francophone n'avait accès qu'à trois chaînes de télévision locales: Radio-Canada, Télé-Métropole et Radio-Québec.

CBFT, la station principale de Radio-Canada, a été créée à Montréal en 1952<sup>1</sup>. Ce n'est que plusieurs années plus tard, en 1961, que la station de télévision privée Télé-Métropole allait voir le jour<sup>2</sup>. De son côté, Radio-Québec devenait un producteur d'émissions en 1969 puis diffuseur en 1972<sup>3</sup>. Si ce n'est pour la venue de postes communautaires s'adressant à des publics très restreints et diffusés par différents câblodistributeurs, la situation de la télévision grand public à Montréal est restée très stable jusqu'en 1986.

Certes, à cette époque, le téléspectateur francophone avait également accès à deux chaînes canadiennes-anglaises CBC et CTV et, s'il était abonné au câble, aux grands réseaux américains. Le choix était donc relativement vaste s'il était en mesure de comprendre les émissions en langue anglaise. Ajoutons par ailleurs que, malgré cette présence télévisuelle anglophone très importante au Québec, différentes études et recherches, sur lesquelles nous reviendrons plus loin, ont bien établi que le téléspectateur montréalais et québécois est resté pendant toutes ces années résolument attaché à sa télévision autochtone.

Pendant ce temps, comme l'a souligné le Groupe de travail Caplan-Sauvageau, la télévision française en dehors du Québec était réduite à sa plus simple expression<sup>4</sup>. De 1952 à 1985, la télévision française au Canada a été essentiellement québécoise et montréalaise puisque le gros des émissions que les Québécois pouvaient voir provenaient de Montréal. Les stations régionales de Radio-Canada ne produisaient en moyenne que cinq heures d'émissions locales par semaine<sup>5</sup> pendant que la programmation de Télé-Métropole pouvait représenter jusqu'à 90% de la grille-horaire des stations membres de son réseau TVA<sup>6</sup>. Par ailleurs, les stations montréalaises CBFT et CFTM, dont la plupart des émissions étaient retransmises en province, pouvaient produire jusqu'à 50 et même 60 heures d'émissions hebdomadaires.

Différents intervenants, lors d'audiences publiques tenues par le CRTC, l'agence fédérale réglementant la télévision au Canada, ont reconnu que le coeur de la télévision québécoise se trouvait à Montréal d'abord et à Québec ensuite puisque les télévisions situées dans ces deux agglomérations urbaines représentaient à elles seules 80% de toute la télévision du Québec.

«Qu'on le veuille ou non, une licence de réseau accordée à Montréal et Québec équivaut à une licence pour toute la province de Québec.<sup>7</sup>»

En 1985, la situation a changé radicalement. Le CRTC accordait alors une licence à Télé Quatre-Saisons puis, deux ans plus tard, à cinq chaînes spécialisées: TV5, RDS, MusiquePlus, Météomédia et Canal Famille<sup>8</sup>. En 1995, RDI, la chaîne spécialisée d'information continue de Radio-Canada, voyait le jour en même temps que le Canal D, une chaîne de documentaires et d'émissions de répertoire<sup>9</sup>. Récemment, le même CRTC donnait son aval à quatre autres chaînes spécialisées axées

respectivement sur la musique, la santé, les manchettes d'information et les dessins animés. Ces nouvelles chaînes devraient entrer en ondes à partir de septembre 1997<sup>10</sup>.

En excluant ces quatre nouvelles chaînes spécialisées, il s'est créé au Québec, en dix ans à peine, une chaîne généraliste et sept chaînes spécialisées. Pourquoi un changement aussi rapide et en aussi peu de temps dans le paysage audio-visuel québécois? La chose est d'autant plus surprenante quand on sait que différents rapports et études avaient souligné, avant cette augmentation de chaînes, autant la petitesse du «marché québécois», comme il est maintenant convenu de l'appeler, que les dangers encourus à trop multiplier des centres de production et de diffusion. Pourquoi alors avoir quand même continué dans cette voie? Telle est la préoccupation fondamentale à la base de notre recherche.

Différentes explications ont été avancées à ce sujet. Sans nier l'apport très réel de ces différentes recherches pour une meilleure connaissance de la télévision québécoise, nous avons pu constater qu'elles ont négligé le rôle particulièrement important joué par le CRTC, un appareil régulateur canadien, dont l'influence a été prépondérante. Non seulement n'a-t-il pas «subi» ce changement, comme on a pu le croire, mais il l'a fortement orienté. Le CRTC, selon nous, est responsable, plus qu'aucun autre organisme québécois ou canadien, de la modification radicale du paysage télévisuel québécois ces dernières années.

Divers courants d'études reliés à la sociologie des organisations nous ont fourni autant le cadre théorique que méthodologique pour répondre à de telles préoccupations. Dans la première partie,

nous avons formulé la question de départ ayant servi d'orientation de base à la présente recherche. En deuxième et troisième partie, nous avons précisé la problématique et la méthodologie nécessaires à l'élaboration d'une réponse la plus complète possible à cette question.

La mise au point de cette méthodologie nous a amené à définir, dans la quatrième partie, le cadre institutionnel de la télévision québécoise. Dans la cinquième partie, à l'aide des instruments mis au point au moment de l'élaboration de la méthodologie, nous nous sommes penchés sur l'audience publique ayant mené à la création de Télévision Quatre-Saisons. Dans la sixième partie, nous avons pu établir comment s'est faite la création des cinq chaînes spécialisées ayant suivi de peu la mise sur pied de Télévision Quatre-Saisons. Il est important de mentionner que la méthodologie retenue nous a amené à faire une cueillette de données selon chaque projet présenté dans ces deux audiences. Chacun de ces projets est donné en annexe dans les cinquième et sixième chapitres. C'est ce qui a contribué à gonfler de façon importante le nombre de pages de notre recherche.

En conclusion, nous avons tenté de procéder à une synthèse des données accumulées. On le verra, cette démarche nous a permis, croyons-nous, d'en arriver à cette constatation tout à fait surprenante qui va à l'encontre de ce qui se dit dans le Landerneau des communications au Québec: le CRTC, en tant qu'appareil bureaucratique canadien, a dominé l'augmentation des chaînes de télévision québécoises.

---

## RÉFÉRENCES

1. Michel Filion, *Radiodiffusion et société distincte, des origines de la radio jusqu'à la révolution tranquille au Québec*, Laval (Québec), Éditions du Méridien, Dépôt Bibliothèque nationale du Québec, 1994, p. 140-154..
2. Marc Legros. *Analyse des avis de décision du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes relativement à la télévision québécoise entre 1968 et 1989*. Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du diplôme de M.Sc. en sciences de la communication, Université de Montréal, novembre 1990, p. 99.
3. Laura Chouinard et Michel Pomerleau, *La régionalisation de Radio-Québec: l'histoire d'un prétexte*, Rimouski, Université du Québec à Rimouski, Cahiers du GRIDEC, Dépôt légal 1987, p. 58-62.
4. Gouvernement du Canada, *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1986. Nous ferons désormais référence à ce document comme étant le rapport Caplan-Sauvageau des noms de ses deux co-présidents.
5. Les chiffres mentionnés ici proviennent de la *Décision CRTC 89-141*, Ottawa, le 6 avril 1989. Dans cette décision, on y apprend notamment que CBVT, la station de Radio-Canada la plus importante en dehors de Montréal, ne produisait en 1988 que 7 heures de production locale hebdomadaire et cinq heures d'émissions réseau.
6. Les chiffres mentionnés ici proviennent de la *Décision CRTC 90-631*, Ottawa, le 9 juillet 1990.
7. Pierre Desroches, Intervention faite au nom de Radio-Canada en 1985 au moment où le CRTC étudiait la création d'un réseau de télévision à Montréal et Québec et qui allait être attribué à CFCF Inc. In *CRTC Audience publique B-2463-77*, 5 volumes, 1694 pages, p. 818. Transcription des audiences par International Reporting Inc. Cette audience a eu lieu du 13 au 17 mai 1985 au Complexe Guy-Favreau à Montréal.
8. *Décision CRTC 85-733*, Ottawa, 1985 et *Décisions CRTC 87-895, CRTC 87-896, CRTC 87-897, CRTC 87-898, CRTC 87-899*, Ottawa, 1987.
9. *Décisions CRTC 94-285 et 94-286*, Ottawa, 1994.
10. Valérie Beauregard, « La télé spécialisée au secours de l'écoute francophone », *La Presse*, Montréal, le 15 octobre 1996, p. D 1.

# *Chapitre un*

*Pourquoi autant  
de chaînes de télévision  
au Québec?*

---

---

**R**econnaître les difficultés présentes de la télévision québécoise est devenu un truisme. Cette situation serait causée, semble-t-il, par la nécessité d'avoir dû créer dans les dernières années de nombreuses chaînes de télévision pour contrer l'influence de la télévision américaine.

Le Groupe de travail Caplan-Sauvageau a d'ailleurs très bien su démontrer que, depuis sa naissance, l'évolution de la télévision canadienne a été fortement marquée par la volonté constante des Canadiens de lutter contre la puissance d'attraction des médias américains<sup>1</sup>.

Ainsi, devant l'explosion des chaînes spécialisées à la télévision américaine pendant les années 75-83, avec l'apparition notamment de HBO, CNN, ESPN et MTV<sup>2</sup>, on a estimé qu'il était important d'offrir davantage de choix à la population canadienne. Comme nous le verrons plus loin, cette dernière était déjà très fortement entichée des programmes américains.

## **La télévision québécoise des années 90**

On a appliqué en quelque sorte ce raisonnement à la télévision québécoise en y ajoutant la dimension linguistique puisque différents observateurs avaient remarqué, au début des années 80, qu'il y avait un glissement croissant de l'écoute francophone vers les télévisions de langue anglaise<sup>3</sup>. Une telle constatation a favorisé l'introduction d'un deuxième réseau privé de télévision de langue française au Québec en 1986 (Télévision Quatre-Saisons) puis, un peu plus tard, de cinq chaînes spécialisées (TV5, RDS, Musiqueplus, Météomédia, Canal Famille).

Selon le CRTC, la régie gouvernementale canadienne chargée d'appliquer la Loi sur la radiodiffusion, l'addition de toutes ces nouvelles chaînes devait permettre «d'éviter un glissement progressif de l'auditoire francophone vers les services de langue anglaise»<sup>4</sup>. Par ailleurs, plusieurs observateurs ont souligné que cette augmentation a eu, dès la fin des années 80 et le début des années 90, des conséquences très malheureuses pour les chaînes généralistes à cause de trois facteurs.

En premier lieu, cette multiplication des chaînes de télévision a entraîné un morcellement des auditoires qui a eu pour effet de rendre beaucoup plus difficile le partage des revenus publicitaires<sup>5</sup>. La répartition des recettes publicitaires ne se fait désormais plus entre deux chaînes généralistes (Radio-Canada et TVA), comme c'était le cas auparavant, mais plutôt entre quatre chaînes. Depuis 1985, Radio-Québec a recours aux revenus publicitaires et Télé Quatre-Saisons, une chaîne privée, en tire sa principale source de subsistance<sup>6</sup>. Enfin, il ne faut pas oublier que certaines chaînes spécialisées (MétéoMédia, MusiquePlus, RDI et RDS) peuvent, elles aussi, recourir aux revenus publicitaires.

Pour compliquer la situation, pendant cette période d'implantation de nouvelles chaînes, l'industrie de la publicité n'a pas connu d'expansion très marquée avec des revenus plutôt stables et même en léger déclin<sup>7</sup>.

En deuxième lieu, le contexte économique difficile des dernières années a entraîné une modification substantielle des exigences des entreprises face à la publicité télévisuelle utilisée pour propager leurs produits et services. À cause de la nature du médium télévision, il faut comprendre que la publicité télévisuelle est axée traditionnellement sur la construction de l'image d'un produit ou d'un service pour une entreprise donnée<sup>8</sup>. En favorisant chez les consommateurs une perception positive de ses produits ou de ses services au moyen de messages télévisés, l'entreprise souhaite qu'une telle perception ait un effet direct sur ses ventes. Par ailleurs, cette offre publicitaire à la télévision demande un certain temps pour donner les résultats espérés.

À cause justement de la concurrence très dure que les entreprises ont développée à la suite des bouleversements récents de l'économie, elles sont devenues «impatientes». En matière de publicité, les résultats doivent désormais être immédiats et quantifiables dans de très courts laps de temps.

«Dans l'industrie de la publicité au Canada et aux États-Unis, on pense que les annonceurs délaissent la publicité média pour un marketing qui donne des résultats mesurables à court terme»<sup>9</sup>.

En d'autres termes, les entreprises sont davantage attirées par des opérations de promotion et de marketing direct plutôt que par la création de campagnes télévisées axées sur l'image ou la notoriété d'un produit ou d'un service.

«L'insistance sur la promotion menace les revenus publicitaires d'autres médias comme la radio, les journaux et les magazines. La télévision a cependant moins de chances de reprendre le terrain perdu parce qu'elle est beaucoup plus apte à créer et à populariser des images de marque qu'à pousser la vente instantanée.»<sup>10</sup>

Enfin, la réduction des subventions gouvernementales aux entreprises télévisuelles publiques, dans un contexte de resserrement des dépenses de l'État, a rendu encore plus difficile la multiplication des chaînes au Québec. Radio-Canada<sup>11</sup> et Radio-Québec<sup>12</sup> ont dû augmenter de façon très importante leurs revenus publicitaires, ce qui a eu pour conséquence d'accentuer la concurrence entre les chaînes publiques et privées à ce chapitre.

Cette modification des forces en présence a entraîné les télévisions privées dans une série d'acquisitions et de fusions qui les ont obligées à emprunter pour faire face à leurs nouvelles obligations. Leur situation est devenue particulièrement délicate à cause de la taille restreinte du marché québécois<sup>13</sup>. Dans une économie difficile, un nombre de plus en plus grand de chaînes différentes se disputent un trop petit marché.

Faut-il y voir une relation de cause à effet, toujours est-il que beaucoup d'observateurs ont remarqué la commercialisation accrue des programmations tant publiques que privées des télévisions généralistes, ce qui se serait traduit par une réduction de la qualité de leur programmation<sup>14</sup>.

Le recours à la multiplicité des choix pour lutter contre l'envahissement culturel anglophone aurait donc eu comme résultat premier de bousculer dangereusement l'équilibre des chaînes généralistes au Québec. L'équilibre financier d'abord, puisque leur situation financière est loin d'être saine. L'équili-

bre des programmations ensuite, puisque autant les chaînes publiques que privées sont forcées de se concurrencer très durement. Cette stratégie canadienne fondamentale, axée sur l'offre de choix aussi nombreux que ceux de l'offre américaine, dans le but d'éviter un trop grand attrait des programmations américaines sur les téléspectateurs canadiens, aurait donc connu des résultats très mitigés au Québec. La situation est d'autant plus surprenante que les chaînes généralistes anglophones semblent s'en tirer présentement beaucoup mieux que les chaînes francophones même si elles doivent, elles aussi, affronter la multiplicité des choix.<sup>15</sup>

Il est bien connu que la télévision québécoise a une solide tradition derrière elle et que son public lui est toujours resté fidèle, ce qui est loin d'être le cas pour la télévision canadienne de langue anglaise<sup>16</sup>. Y aurait-il une dimension proprement québécoise à cette multiplication des chaînes à laquelle on peut d'ailleurs assister un peu partout dans les grands pays industrialisés? Pourquoi le développement de la télévision québécoise semble-t-il plus difficile que celui de la télévision de langue anglaise? Pourquoi est-elle dans une situation aussi précaire si elle jouissait déjà de l'appui massif de son public?

Les faits que nous venons de présenter étaient déjà connus au début des années 90. Ils sont d'ailleurs en très grande partie le résultat des observations rassemblées par le Groupe de travail Girard-Peters chargé par Marcel Masse, le ministre des Communications d'alors, d'étudier la situation économique difficile des télévisions canadienne et québécoise<sup>17</sup>. Pourtant, on a continué dans cette voie. Ainsi, Radio-Canada a obtenu une licence pour une chaîne d'information continue avec l'autorisation d'avoir recours aux revenus publicitaires<sup>18</sup>. On aurait notamment pu s'attendre à ce

que Radio-Canada ne cède pas à ce désir d'expansion puisque la Société elle-même connaît de très sérieuses compressions budgétaires<sup>19</sup>. Il suffit de consulter les comptes-rendus des journaux avant, pendant et après la tenue des audiences publiques sur l'attribution d'une licence d'une chaîne d'information continue en mars 94 pour constater à quel point la Société s'est lancée dans cette entreprise avec enthousiasme<sup>20</sup>. Pendant que tous les organismes publics réduisent leurs services en période de contraintes budgétaires, Radio-Canada fait exactement le contraire.

Par ailleurs, la situation de Télé-Métropole est loin d'être rose puisque, ces dernières années, ses bénéfices se sont faits en dents de scie<sup>21</sup>. L'entreprise, dans une tentative de se renouveler, a bien essayé de propager l'utilisation du terminal Vidéoway qui permettait aux téléspectateurs d'avoir accès à plus d'une version d'une même émission, mais le public n'a guère suivi. Certes, le dernier exercice financier de Télé-Métropole est des plus encourageants<sup>22</sup>, mais la situation demeure très incertaine quand on sait que Vidéotron, le propriétaire de Télé-Métropole, dans une audience publique tenue à Montréal le 3 décembre 1996<sup>23</sup> a officiellement demandé d'acheter Télé Quatre-Saisons qui, depuis sa création, n'aurait jamais été rentable<sup>24</sup>. Une telle demande a d'ailleurs été refusée par le CRTC<sup>25</sup>.

S'il est «évident» que la multiplication des chaînes nuit à la télévision québécoise, alors pourquoi le CRTC continue-t-il dans cette voie? Il vient d'accorder des licences à quatre autres chaînes spécialisées qui doivent entrer en ondes l'an prochain: *Canal Nouvelles*, un service de télé-manchettes appartenant à Télé-Métropole, le *Canal Vie* axé sur les habitudes de vie et la santé appartenant à Radiomutuel, *Musimax* portant sur la musique pour adultes, propriété de Radiomutuel et de

CHUM, et *Teletoon*, la version française de la chaîne anglophone portant le même nom et appartenant à Family Channel, YTV, Cinar et Nelvana<sup>26</sup>. Quelles sont les raisons de l'organisme fédéral chargé de l'application de la Loi sur la radiodiffusion d'encourager cette multiplication des chaînes qui aurait été si néfaste à la télévision québécoise? On le voit, cet examen de la télévision québécoise nous amène donc à nous poser encore davantage de questions se ramenant d'ailleurs toutes à cette question élémentaire:

### ***Pourquoi autant de chaînes de télévision au Québec?***

Nous avons tenté de trouver une réponse à ce sujet. Aussi, devient-il important, avant d'aller plus loin, de cerner des éléments de réponse susceptibles de nous aider à mieux orienter nos travaux et à mieux définir notre objet d'études. Quatre approches s'offrent à nous.

### **Les forces du marché laissées à elles-mêmes**

Dans une étude des politiques en matière de radio-télévision au Canada de ses débuts à nos jours, le professeur Marc Raboy montre à quel point les autorités canadiennes, aiguillonnées par des groupes de pression comme la *Canadian Radio League*, avaient affiché des intentions très généreuses en créant dans les années 30 une radio publique et, au début des années 50, une télévision elle aussi publique<sup>27</sup>. Cette radio-télévision publique devait être la plus démocratique possible et favoriser l'expression des diverses régions du Canada. Mais les pressions d'entrepreneurs et diverses conditions économiques propres au Canada ont favorisé l'éclosion d'une radio-télévision privée de plus en plus commerciale, et caractérisée par un degré élevé de concentration. Cette dernière, au fil des

ans, est devenue assez importante pour représenter désormais le gros de l'offre radio-télévisuelle canadienne. Les belles intentions du début ne se seraient donc pas réalisées et on peut caractériser une telle situation, en reprenant le titre du livre de Marc Raboy, de «*Missed Opportunities*» ou d'occasions ratées pour l'épanouissement d'une authentique radio-télévision publique au Canada.

De son côté, dans un mémoire de maîtrise portant sur l'étude des décisions du CRTC de 1968 à 1989 et supervisé par Marc Raboy, Marc Legros affirme que le Conseil a adopté...

«...un rôle réactif quant au développement du système canadien de radiodiffusion. Il n'interviendra qu'au moment où les principaux acteurs seront en défaut dans l'interprétation de la politique canadienne de radiodiffusion. Les avis de décision indiquent que le CRTC laisse plutôt aux diffuseurs le soin de concrétiser la politique canadienne de radiodiffusion.<sup>28</sup>»

Certes, les travaux de ces deux chercheurs ne portaient pas comme tel sur la multiplication récente des chaînes de télévision au Québec, mais les résultats obtenus peuvent laisser entendre que le CRTC ne serait pas intervenu outre mesure dans le développement récent de la télévision au Québec en permettant aux entrepreneurs de développer et créer davantage de chaînes. Sauf pour CBC Newsworld et son équivalent français RDI, appartenant toutes deux à Radio-Canada, Quatre-Saisons et toutes les chaînes spécialisées créées au Québec et au Canada depuis 1985 sont des organisations privées. La multiplication des chaînes serait alors une conséquence de l'emprise sans cesse croissante de grandes entreprises privées sur la télévision canadienne et québécoise.

C'est d'ailleurs une telle approche que retient Lina Trudel de l'ICEA puisque, en s'inspirant notamment des recherches de Marc Raboy et Marc Legros, elle conclut que la multiplication récente

des chaînes de télévision au Québec serait le résultat de bouleversements technologiques et du courant de néo-libéralisme de plus en plus important au Canada. L'État se retire désormais de ses nombreux champs d'intervention et laisse les forces du marché à elles-mêmes:

«Dans les faits, ce sont davantage les lois du marché et les forces économiques qui déterminent les nouvelles règles du jeu. La télévision privée commerciale a réussi, au fil des ans, à supplanter la télévision publique<sup>29</sup>».

Mais on peut alors se demander pourquoi la régie fédérale, dont les pouvoirs accordés autant par la loi de 1968 que celle de 1991 la poussent à favoriser un certain équilibre des programmations, aurait laissé les organisations privées définir leur action<sup>\*\*\*</sup>? Pourquoi une régie gouvernementale accepterait-elle de baisser les bras devant les entreprises privées qu'elle est censée superviser?

## **La domination des câblodistributeurs**

L'approche des professeurs Gaétan Tremblay et Jean-Guy Lacroix, qui se rattache à tout un courant d'études centré sur la notion d'industrie culturelle est différente<sup>30</sup>. Dans un tel type d'industrie, on crée et produit des disques, films, émissions de radio et de télévision, livres, etc, selon des règles de fonctionnement soumises aux modes de production du système capitaliste et à ce qui est appelé la « marchandisation »<sup>31</sup>. Il est à noter que les acteurs de ce secteur d'activités peuvent très bien ne pas être conscients de telles règles.

---

<sup>\*\*\*</sup> Nous verrons plus loin, dans l'étude du cadre institutionnel de la radiodiffusion au Canada et au Québec, que le CRTC a été créé par la loi sur la radiodiffusion votée par le Parlement fédéral en 1968. Cette loi a été amendée en 1976 puis une nouvelle loi a été votée par le Parlement fédéral en 1991.

Jusqu'au début des années 80, les radiodiffuseurs ont été les acteurs dominants de l'offre télévisuelle au Québec. Mais, à partir du début des années 80, selon les deux chercheurs, une restructuration en profondeur de la télévision s'est effectuée. On a assisté à l'avènement d'une nouvelle «dynastie» d'acteurs qui dominent désormais la télévision: les câblodistributeurs. Ce sont eux qui dictent les règles de développement de la télévision au Québec. À cause de la nature même de la câblodistribution, ils axent leur action non plus sur la création et la production de programmations et d'un flot d'émissions, ce qui est le fait des radiodiffuseurs, mais sur un abonnement qui, pour être attrayant, doit offrir le plus grand nombre de choix possible<sup>32</sup>. Plus riches et plus importants que les radiodiffuseurs, les câblodistributeurs seraient désormais capables d'exercer leur hégémonie sur le monde de la télévision au Québec et de tout mettre en oeuvre pour offrir un «catalogue» attrayant<sup>33</sup>.

Le téléspectateur pouvait autrefois capter des chaînes publiques et privées gratuitement. Désormais, il doit payer un abonnement pour avoir accès aux nombreuses chaînes existantes qui sont massivement privées. Les câblodistributeurs détiennent le pouvoir qui se transmet à l'intérieur de cette famille d'acteurs suivant des règles de succession bien établies. Les deux chercheurs en concluent que «la télévision est passée en quelques années du modèle d'un service public à celui d'un club privé.»<sup>34</sup>

Mais les transactions récentes entre Vidéotron et CFCF font réfléchir. Pourquoi Vidéotron et CFCF ont-ils échoué dans leur tentative de se répartir aussi bien le marché de la télévision privée à Montréal que celui de la câblodistribution<sup>35</sup>? Dans les transactions projetées entre les deux organisations, le câblodistributeur le plus puissant du Québec acceptait de se retirer de la télévision conventionnelle

pendant qu'un autre câblodistributeur important souhaitait abandonner ses intérêts en câblodistribution et se consacrer à la télévision conventionnelle. Pourquoi une entreprise très bien installée en câblodistribution (CFCF en l'occurrence) a-t-elle souhaité se retirer de ce secteur très rentable et occuper massivement celui de la télévision qui, selon ces deux chercheurs, serait de plus en plus faible? Pourquoi un câblodistributeur mettant tout en oeuvre pour dominer de plus en plus la télévision (Vidéotron en l'occurrence) a-t-il souhaité se retirer de ce domaine et se concentrer dans celui du câble?

Par la suite, Vidéotron, dans une nouvelle tentative de prendre le contrôle de CFCF, propriétaire de Quatre-Saisons, a échoué puisque le CRTC a refusé une telle demande<sup>36</sup>. De toute évidence, dans les récentes transactions, des câblodistributeurs aussi importants que CFCF et Vidéotron n'ont absolument pas pu imposer leurs vues. Pourquoi? Se pourrait-il que la «dynastie» des câblodistributeurs soit déjà incapable d'exercer son hégémonie sur le système de radiodiffusion québécois?

La réponse à notre question de départ devrait donc nous aider à comprendre jusqu'à quel point les câblodistributeurs sont importants au Québec. Ont-ils vraiment dominé cette multiplication de chaînes qui leur a permis d'offrir un «catalogue» abondant à leurs consommateurs?

## **Les autorités fédérales ne comprennent pas la télévision québécoise**

On retrouve d'autres explications sur l'augmentation récente des chaînes de télévision au Québec en provenance des milieux mêmes de la télévision et de la publicité. Sans avoir le caractère rigoureux et

systematique des recherches que nous venons de mentionner, des témoins privilégiés de cette récente augmentation des chaînes au Québec ont avancé des explications très valables.

Dans un congrès tenu en mai 1992 à Montréal et réunissant des représentants de l'industrie audiovisuelle québécoise, lors d'un atelier portant sur le développement récent de la télévision québécoise, Mario Bertrand, alors PDG de Télé-Métropole, avançait que «...autant de postes, c'est bon juste pour les Anglais»<sup>37</sup>. Selon lui, les autorités fédérales, obnubilées par l'envahissement des ondes canadiennes par des chaînes américaines, avaient favorisé la création d'un grand nombre de chaînes canadiennes et appliqué unilatéralement une telle situation au Québec en ignorant que l'envahissement culturel américain n'avait pas pour le Québec le caractère dramatique qu'il représentait pour le Canada anglais.

C'est un peu semblable explication que reprend Florian Sauvageau, du département de journalisme de l'Université Laval et ancien co-président du Groupe de travail Caplan-Sauvageau, lorsqu'il affirme que:

«Peut-être a-t-on maintenant trop de chaînes au Canada. Le Groupe de travail Girard-Peters a parlé de l'effet dévastateur des nouvelles stations sur la situation financière des stations établies. À cet égard, on pourrait parler longuement de l'effet de l'application de politiques symétriques au Québec où l'on n'a pas besoin d'autant de canaux que dans le reste du Canada, puisque la supposée menace américaine ne s'y vit pas de la même façon, compte tenu du succès des émissions nationales.»<sup>38</sup>

Si de telles affirmations étaient fondées, on pourrait alors expliquer la récente augmentation des chaînes au Québec par l'inaptitude des autorités fédérales à comprendre la télévision québécoise et par leur désir de mettre en application des politiques qui n'auraient pas tenu compte de la spécificité

québécoise. Une question se pose alors: pourquoi le CRTC, responsable selon les lois de 1968 et de 1991 de l'attribution des licences de télévision au Canada, aurait-il commis une erreur aussi grossière? La chose serait d'autant plus surprenante que le CRTC a toujours compté en son sein des commissaires francophones censés bien connaître la radiodiffusion québécoise. Enfin, une telle approche est tout à fait contraire à ce qu'avancent certains publicitaires qui affirment que la multiplication des chaînes a été bénéfique au Québec.

### **La réduction des transferts linguistiques à la télévision québécoise**

Selon des acheteurs médias d'agences de publicité du Québec (les représentants d'agence de publicité qui achètent du temps d'antenne pour les annonceurs québécois et canadiens à la télévision), il y aurait bel et bien eu baisse de l'écoute des francophones au début des années 80 et la création d'un grand nombre de chaînes au Québec aurait favorisé le rapatriement de l'écoute francophone.

Le CRTC aurait donc été bien inspiré en favorisant la création d'un plus grand nombre de chaînes de télévision au Québec, car cela aurait eu un effet bénéfique sur l'écoute francophone.

«Menacée au milieu des années 80, l'écoute francophone s'est considérablement consolidée depuis. Dans le marché de Montréal, les francophones consacrent actuellement 87,3% de leur temps d'écoute à regarder des contenus francophones. Il y a dix ans ce pourcentage ne s'établissait qu'à 79%. »<sup>39</sup>

Il s'agit ici de l'incarnation la plus courante de cette explication qui veut que le CRTC ait favorisé la création de plusieurs chaînes pour faire cesser les transferts linguistiques observés à la télévision québécoise au début des années 80. C'est d'ailleurs une telle explication qu'endosse Marc Raboy:

«Ce transfert d'écoute a servi à justifier notamment la mise en ondes, en 1986, de Télévision Quatre-Saisons et l'introduction, deux ans plus tard, des nouveaux services de programmation spécialisés. »<sup>40</sup>

Mais pourquoi le CRTC continue-t-il dans cette voie puisque, maintenant, l'érosion de l'écoute francophone aurait été stoppée et que la situation des chaînes de télévision généralistes reste difficile? Le CRTC aurait-il d'autres motivations?

Chacune des approches mentionnées jusqu'ici laisse donc entrevoir des explications possibles à la multiplication des chaînes au Québec. Un tel foisonnement de chaînes de télévision s'explique-t-il par l'importance de plus en plus grande de l'entreprise privée en télévision? Par un courant néolibéral de plus en plus présent au Canada? Par la domination des câblodistributeurs sur la télévision conventionnelle? Par l'incapacité des autorités fédérales à comprendre ce qui se passe au Québec? Ou, au contraire, par une action judiciaire du CRTC qui aurait eu pour conséquence double de stopper l'érosion de l'écoute francophone tout en rendant l'équilibre financier des chaînes généralistes plus délicat?

Il y a trop de pistes contradictoires dans les éléments d'explication soulignés jusqu'ici pour ne pas consacrer tous nos efforts à répondre à cette question initiale:

***Pourquoi autant de chaînes de télévision au Québec?***

La réponse à une telle question, selon nous, est susceptible de jeter un éclairage particulier sur les explications avancées jusqu'à ce jour à propos du développement récent de la télévision au Québec. Comme nous l'avons déjà laissé entendre, on verra que de la plupart de ces explications ont négligé l'influence prépondérante du CRTC, pour ne pas dire sa domination, dans cette multiplication des chaînes au Québec.

---

## RÉFÉRENCES

1. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 5-23.
2. Robert G. Picard et al., *The Cable Networks Handbook*, Riverside (California) Carpelan Publishing Co, 1993, p. 4-5.
3. Les deux études les plus souvent mentionnées à cet égard sont:
  - Luc Giroux et André H. Caron, *Les Québécois francophones et l'écoute de la télévision de langue anglaise : 1976-1984*, Québec, Direction des communications du Ministère des communications du Gouvernement du Québec, 1985, pour le compte du Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone. (Rapport du comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone, *L'avenir de la télévision francophone*, Ministère des Communications du Canada et Ministère des Communications du Québec, Ottawa et Québec, mai 1985.)
  - Cégir, *Étude d'opportunité relative à l'introduction d'un deuxième réseau privé de télévision de langue française desservant le Canada et autres marchés périphériques*, Montréal, rapport final, document ronéotypé, vol. 1, 1984.
4. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Un plus grand choix d'émissions canadiennes*, Ottawa, Avis public CRTC 1987-260, p. 13.
5. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 73-80.
6. Jean-Guy Lacroix et Gaétan Tremblay, en collaboration avec Marc Ménard et Marie-Josée Régner, *Télévision deuxième dynastie*, Sillery (Québec), Presses de l'Université du Québec, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, 1991, p. 6.
7. Lacroix et Tremblay, *ibid.*, p. 52-56.
8. Groupe de travail, *La situation économique de la télévision canadienne*, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1991, p. 73-80. On fera désormais référence à cette étude comme étant le rapport Girard-Peters des noms de ses deux co-présidents.
9. Rapport Girard-Peters, *ibid.*, p. 74.
10. Rapport Girard-Peters, *ibid.*, p. 74.
11. Comité d'examen des mandats SRC, ONF, Téléfilm, *Faire entendre nos voix, le cinéma et la télévision du Canada au 21e siècle*, Ottawa, Ministère des approvisionnements et Services Canada, 1996, p. 37. Étude dirigée par Pierre Juneau, Peter Herrndorf et Catherine Murray. Dans cette étude, communément appelée Rapport Juneau, on établit que 40% du budget de Radio-Canada provient désormais de la publicité.
12. Lacroix et Tremblay, *op. cit.*, p. 5 et 6.
13. Rapport Girard-Peters, *op. cit.*, p. 23-38.
14. Nous avons relevé plusieurs critiques sur le développement récent de la télévision québécoise. Ces critiques portent indifféremment sur la piètre qualité de ses émissions ou sur les conséquences désastreuses de l'arrivée de Quatre-Saisons sur la télévision montréalaise. Par exemple, certains vont parler de la «grammaire déhanchée que valo-

---

rise notre télévision dite éducative» in Lise Bissonnette, « Ni beau, ni chaud », *Le Devoir*, Montréal, le 10 décembre 1992. D'autres vont plutôt souligner que Radio-Canada «cultive partout la raillerie, l'inconscience, l'ignorance, la moquerie gratuite» in Jean-V Dufresne, « Juden Raus... », *Le Journal de Montréal*, Montréal, le 6 janvier 1993. On ira même jusqu'à critiquer «...les bureaucrates du CRTC, peu à l'aise sur le plancher des vaches, [qui] ont le don de se tromper quand ils favorisent la concurrence. Qu'on pense à l'impact de Quatre-Saisons sur la télé montréalaise» in Alain Dubuc, « Bell-Unitel: la mascarade de la concurrence », *La Presse*, Montréal, le 16 juin 1992.

15. «L'ensemble de l'industrie [canadienne] souffre d'une baisse de rendement, mais la télévision de langue française éprouve des difficultés encore plus graves» in Rapport Girard-Peters, *op. cit.* p. 32-38.

16. Rapport Girard-Peters, *ibid.*, p. 57-60.

17. Rapport Girard-Peters, *ibid.*

18. Décision CRTC 94-285, *op. cit.*

19. On retrouve dans les journaux des exemples probants de ces compressions. Voir parmi tant d'autres Anthony S. Manera, « La SRC ne peut pas toujours fonctionner en état de crise », *La Presse*, Montréal, le 28 octobre 1994, p. B 3. De plus, ajoutons que le même Anthony Manera, en démissionnant de la présidence de Radio-Canada, a explicitement déclaré qu'il agissait ainsi parce qu'il trouvait les compressions prévues dans les budgets fédéraux tout simplement inacceptables. Voir « Manera a vu les chiffres: c'était bien 350 millions », *La Presse*, Montréal, le 3 mars 1995, p. A1 et A2.

20. Voir les articles suivants:

- Daniel Lemay « Avec RDI, SRC aspire à la symétrie », *La Presse*, Montréal, le 13 février 1994, p. B 8.
- Marie-Claude Lortie, « Guerre dans l'information: trois groupes se disputent l'exploitation d'une chaîne francophone d'information continue », *La Presse*, Montréal, le 26 février 1994, p. B 1.
- Diane Rinehart, « Radio-Canada entend mettre en place un "Newsworld" français », *La Presse*, Montréal, le 13 mars 1993, p. E 2.
- Paule Des Rivières, « RDI a gagné son pari. Après un an, le nouveau réseau est déjà un favori des Québécois », *Le Devoir*, Montréal, les 30 et 31 décembre 1995, p. C 1 et C 2.

21. Télé-Métropole, *Rapports annuels*, Montréal, 1992, 1993, 1994. On y apprend notamment les pertes pour les années 1988, 1990, 1991, des bénéfices pour les années 1992 et 1993 mais un rendement peu intéressant pour l'année 1994.

22. Richard Dupaul, « TM à la recherche d'économies » *La Presse*, Montréal, le 18 février 1997, p. C 3.

23. L'auteur a enregistré les débats de cette audience publique tenue à Montréal les 3,4 et 5 décembre 1996, et qui ont été diffusés en direct sur la chaîne CPAC, (le canal 33 pour les abonnés de Vidéotron)

24. Suzanne Colpron, « TQS fête ses 10 ans dans l'incertitude » *La Presse*, Montréal, le 19 août 1996, p. A 12.

25. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Décision CRTC 97-84*, Ottawa, 1997.

26. Valérie Beauregard, « La télé spécialisée au secours de l'écoute francophone » *La Presse*, Montréal, le 15 octobre 1996, p. D 1. Romain Bédard, « L'essor des spécialisés » *Info Presse Communications*, Montréal (Québec), Vol 12, No 3, p. 41-46.

27. Marc Raboy, *Missed Opportunities, the Story of Canada's Broadcasting Policy*, Montréal et Kingston, McGill-Queen's University Press, 1990.

- 
28. Marc Legros, *op. cit.*, p. 142-143.
29. Lina Trudel, *La population face aux médias*, VLB, Montréal, 1992, p. 62.
30. Lacroix et Tremblay, *op. cit.*
31. Gaétan Tremblay, "Le discours théorique sur les industries culturelles" in *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*, Sillery (Québec), Presses de l'Université du Québec, Télé-Université, 1990.
32. Lacroix et Tremblay, *op. cit.*, p. 8-12.
33. Lacroix et Tremblay, *ibid.*, p. 11.
34. Lacroix et Tremblay, *ibid.*, p. 15.
35. Voir articles suivants pour le déroulement de cette importante transaction:
- Suzanne Colpron, « Adrien Pouliot, l'homme du nouvel empire de la télévision », *La Presse*, cahier arts et spectacles, Montréal, le 17 février 1996.
  - Miville Tremblay, « Rationalisation TM-TQS: à CFCF de bouger », *La Presse*, Montréal, le 20 février 1996, p. C 1.
  - Maurice Jannard, « Le diffuseur privé doit évoluer » et Richard Dupaul, « CFCF: patience », *La Presse*, Montréal, le 6 mars 1996, p. D 3.
  - Richard Dupaul, « Saga CFCF: les analystes accordent peu de chances à Cogeco », *La Presse*, Montréal, le 23 avril 1996, p. C 1.
  - Richard Dupaul, « Saga CFCF: victoire des Pouliot et Chagnon », *La Presse*, Montréal, le 22 mai 1996, p. D 1.
36. Décision CRTC 97-84, *op. cit.*
37. Mario Bertrand était PDG de Télé-Métropole lors du Congrès Communications 93, organisé par la revue *Qui fait Quoi?* tenu à Place Bonaventure les 26-27-28 mai 1993 à Montréal. L'auteur a participé à l'atelier portant sur le développement récent de la télévision au Québec.
38. Florian Sauvageau, « Le Canada et le village global » in André H. Caron, Pierre Juneau et al., *Le défi des télévisions nationales à l'ère de la mondialisation*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1992, p. 131.
39. Jacques Dorion, "Le nouveau paysage télé du Québec", *Info Presse Communications*, Montréal, Vol 12, No 3, p. 60. Info Presse est le magazine spécialisé en marketing, publicité et médias au Québec. Jacques Dorion est président de Stratégem, une agence d'achat médias.
40. Marc Raboy en collaboration avec André Roy, *Les médias québécois*, Boucherville (Québec), Gaétan Morin éditeur, 1992, p. 209-210.

# *Chapitre deux*

## *Préoccupations théoriques*

---

---

**Y**a-t-il dans la nature même de la télévision des éléments pouvant expliquer autant sa popularité que son expansion récente? Cette multiplication récente de chaînes est d'autant plus intéressante à comprendre qu'on la retrouve maintenant dans la plupart des grands pays industrialisés.

Par ailleurs, il ne faut pas oublier que la télévision, en plus d'être un extraordinaire moyen de communication, représente un regroupement d'organisations et d'entreprises qui peuvent être analysées selon leurs orientations, leurs objectifs et les contraintes auxquelles elles doivent faire face aussi bien à l'intérieur qu'en relation avec leur environnement. Il nous sera donc utile de comprendre la logique des organisations qui «font» la télévision dans les diverses logiques d'expansion qu'elles connaissent présentement.

Telle est la double perspective qui nous a permis de préciser la problématique de cette recherche et d'en jeter les bases du modèle d'analyse.

## La télévision: déterminisme technique et lien social

L'expansion de la télévision représente un phénomène relativement nouveau sur lequel s'est penché le sociologue Dominique Wolton. Ce dernier, en se réclamant de la tradition empirique critique des sciences humaines, insiste pour considérer la télévision *dans son ensemble*<sup>1</sup>. En d'autres termes, il traite aussi bien de la dimension technique de la télévision, pesant si lourdement sur son évolution, que des différents contenus dont on peut l'investir.

Selon lui, on a été obnubilé par les récentes performances techniques de la télévision. Par exemple, il est devenu courant d'obtenir une entrevue en direct avec un responsable d'un pays lointain. Il est également tout aussi «facile» d'obtenir des images quasi immédiates d'un quelconque cataclysme à l'autre bout du monde. Ces exploits techniques ne s'arrêtent pas là. Il est désormais «facile» de créer non plus deux chaînes de télévision mais bien trois, dix et même cent!

On a alors attribué au contenu télévisuel les mêmes possibilités de réalisation que celles qui étaient désormais «illimitées» sur le plan technique. Puisque l'on pouvait techniquement créer des dizaines de chaînes, on pouvait donc «automatiquement» produire des contenus pour autant de chaînes. Bref, on s'est mis à caractériser les contenus télévisuels comme s'ils étaient de nouvelles techniques à produire.

C'est ce que Dominique Wolton entend par déterminisme technique. Ces nouvelles possibilités techniques de la télévision ont en quelque sorte rendu souhaitable la multiplication des chaînes sur le

plan des contenus même si, considérées sous cet angle, les possibilités d'expansion étaient beaucoup moins palpables.

On se plaît désormais à imaginer qu'il y a une «nouvelle» réalité des contenus comme il y a une «nouvelle» réalité technique. Tous les contenus étant devenus possibles, on peut produire une chaîne sportive uniquement destinée aux sportifs, une chaîne de vidéoclips destinées aux seuls adolescents et, pourquoi pas, une chaîne pour chasseurs, une autre pour amateurs de procès, etc. On rejoint ainsi toutes les catégories d'individus. Certes, on reconnaît qu'aucune de ces chaînes ne peut attirer des auditoires significatifs, mais on est désormais convaincu de l'importance, pour ne pas dire de la nécessité de rejoindre chaque individu en fonction de ses intérêts, si particuliers soient-ils. En procédant ainsi, on ne fait donc qu'accentuer et favoriser cette dimension de plus en plus importante des sociétés modernes: la montée de l'individualisme.

Mais, ajoute Dominique Wolton, cela ne signifie pas pour autant que, parce qu'il est techniquement possible de créer deux, dix ou cent chaînes de télévision qu'il faille imaginer toutes sortes de contenus pour créer deux, dix ou cent chaînes de télévision.

En d'autres termes, ce n'est pas parce qu'on peut *techniquement* mettre sur pied plusieurs stations de télévision qu'*effectivement* on peut en créer autant, tout simplement parce que la télévision ne se résume pas à ses seules dimensions techniques<sup>2</sup>.

Ce déterminisme technique pèse désormais tellement lourd dans la balance qu'il est devenu un élément capital pour influencer le développement de la télévision. Pourtant, la télévision, et c'est ce qui fait sa force, offre bien plus que de simples possibilités techniques. Elle crée et renforce un lien social indispensable à l'existence des sociétés occidentales de masse.

«La force de la télévision, c'est d'offrir tous les jours un ensemble de programmes, à la fois identiques et différents, dans lequel le spectateur choisit de manière à la fois identique et différente. Son caractère démocratique vient de ce que chacun sait que les programmes sont là, visibles, qu'il les regarde s'il veut, tout en sachant que d'autres les regardent simultanément, ce qui est une forme de communication constitutive du lien social.<sup>3</sup>»

Il y a finalement moins d'occasions que l'on pense de créer des liens dans une société de masse. La télévision généraliste, et c'est ce qui a fait sa force jusqu'à aujourd'hui, représente un des moyens privilégiés d'établir un lien social indispensable à l'existence de la société. Ce lien social est d'ailleurs implicitement reconnu par les auditoires puisque, même avec l'explosion des chaînes thématiques, le grand public reste massivement attaché à la télévision généraliste, cette dernière attirant encore de très vastes auditoires.

La télévision généraliste conserve donc toute son importance et il ne semble pas y avoir de la part du public de mouvement important pour s'attacher massivement aux chaînes spécialisées.

«La force principale de la télévision généraliste, publique ou privée, demeure son registre: elle s'adresse à tout le monde, constituant un des liens sociaux des sociétés individualistes de masse, où les occasions de participer simultanément et librement à des activités collectives sont beaucoup moins nombreuses qu'on ne le pense. Le discours moderniste qui vise à démontrer que la télévision s'invente tous les jours, et qu'il est inutile de s'encombrer de modèles du passé est dérisoire, car il ne s'agit pas de rectifier le passé mais simplement de rappeler que la télévision est régie structurellement par un certain nombre de caractéristiques qui ne dépendent pas de changements techniques ou économiques, mais de choix et d'orientations fondamentales.<sup>4</sup>»

## **Lien social et déterminisme technique à la télévision québécoise**

Si on essaie d'appliquer de telles notions à la télévision québécoise, on peut effectivement constater que cette dernière a servi de lien social pour les Québécois et que le déterminisme technique oriente son développement récent.

La rapidité avec laquelle s'est répandue la télévision au Québec constitue un témoignage éloquent de l'importance de ce lien social. Créée au Québec en 1952<sup>5</sup>, la télévision québécoise touchait 90% des habitants de la province à peine 8 ans plus tard en 1960<sup>6</sup>. Déjà en 1958, soit à peine 6 ans après la création de CBFT, la première station de télévision de langue française au Québec, il y avait près d'une dizaine de nouvelles stations un peu partout dans la province<sup>7</sup>. Un tel phénomène a eu un impact réel sur le développement de ce que l'on a appelé la révolution tranquille. C'est la présence de la jeune télévision québécoise qui, selon Roland Parenteau, explique le mieux la propagation des idées nouvelles du début des années 60:

«...ce qui amena la plus large diffusion des idées nouvelles, c'est à mon avis d'une part l'explosion de l'éducation populaire dans tous les milieux, dont la promotion et l'extension fut animée par l'Institut Canadien d'éducation des Adultes (ICEA) et surtout la télévision qui, rapidement, atteignit la plupart des foyers donnant accès pour la première fois aux mêmes grands débats sociaux à toutes les classes de la société.<sup>8</sup>»

Après avoir longuement observé autant la télévision canadienne que la télévision québécoise, le Groupe de travail Caplan-Sauvageau concluait que:

«En réalité, la radio-télévision, la culture, la langue et la société québécoise ont grandi ensemble. Il n'y a pas lieu de s'en étonner puisque c'est seulement au Québec que les francophones sont majoritaires et peuvent diriger leurs propres institutions politiques et sociales.<sup>9</sup>»

La population adhère encore massivement à la télévision généraliste. Ainsi, au Québec, même *réunies ensemble*, les sept chaînes spécialisées existantes, en 1996, n'attiraient pas plus de 9% de l'auditoire total de télévision au Québec<sup>10</sup>. Plusieurs de ces chaînes ne faisaient même pas 1% des auditoires lorsqu'elles étaient prises individuellement.

Pourtant, même si la population adhère très fortement à la télévision généraliste, la télévision spécialisée s'est immanquablement manifestée à cause justement de ce déterminisme technique souligné par Dominique Wolton. À la fin des années 60, de nouvelles technologies se faisant de plus en plus présentes, le gouvernement canadien créa le Ministère des Communications chargé de superviser tous les aspects techniques de la gestion du spectre des fréquences et des éléments techniques dans le but d'intégrer davantage ces nouvelles technologies et la radiodiffusion<sup>11</sup>.

On reconnaissait ainsi l'importance accrue de la technologie dans le développement de la télévision. Par la suite, autant le comité Clyne que la Commission Applebaum-Hébert, créés tous deux par le gouvernement fédéral, insistèrent sur ces nouvelles technologies et recommandèrent différentes modalités sur lesquelles nous reviendrons plus loin pour augmenter la quantité d'émissions canadiennes. En 1983, le ministère des Communications publia *Vers une nouvelle politique nationale de la radiotélédiffusion*. Bien que le CRTC avait toujours voulu limiter l'expansion de la câblodistribution, on insistait dans ce document sur l'importance de favoriser son expansion de façon à offrir aux Canadiens un choix accru d'émissions et de services de toutes sortes<sup>12</sup>. Il n'est pas inutile de souligner qu'une telle position émanait d'un ministère à vocation essentiellement technique.

En d'autres termes, autant le Ministère des Communications que le Comité Clyne et la Commission Applebaum-Hébert favorisaient l'augmentation des choix de même que la création d'organisations et d'institutions dont l'objectif devait être d'offrir davantage de télévision à la population canadienne. Le CRTC allait prendre le relais dans les années 80 et favoriser cette multiplication des choix<sup>13</sup>. D'ailleurs, pendant les audiences qui ont mené à la création de cinq chaînes spécialisées au Québec, Alan Robson un des commissaires du CRTC, allait déclarer aux représentants de la CAB (*Canadian Association of Broadcasters*) qu'on assistait présentement à...

«...une révolution alimentée par la technologie (“...*fueled by technology...*”), alimentée également par la demande des consommateurs, des forces extérieures, des programmations étrangères et des réalités économiques. Bref, la seule constante de l'industrie (télévisuelle) de nos jours, et cela a été souvent mentionné devant vous, c'est le changement.<sup>14</sup>»

La réponse à ce nouvel ordre télévisuel reposait essentiellement sur l'augmentation des choix que l'on a traduit par la multiplication des chaînes de télévision. Il est à remarquer que dans cette nouvelle approche centrée sur une offre de plus en plus abondante, et cela est tout à fait conforme à la théorie de Dominique Wolton, on ne s'est que fort peu posé de questions sur *les contenus* de ces nouveaux choix.

Au moment donc où le CRTC allait favoriser la création de Quatre-Saisons et de plusieurs chaînes spécialisées au Québec, la nécessité d'augmenter les choix «était donc dans l'air» et on n'a pas à s'étonner que la régie fédérale soit allée dans ce sens.

Par ailleurs, nous ne savons toujours pas comment chacun des acteurs a participé à cette augmentation. Quelles ont été les différentes responsabilités des acteurs les uns par rapport aux autres face à cette augmentation des chaînes? Est-ce que la chose s'est faite selon un consensus? Selon une logique de confrontation dans laquelle on retrouve des gagnants et des perdants? Qui a le plus profité de cette augmentation de chaînes au Québec?

Il faut nous tourner du côté des acteurs du développement de la télévision, soit les entreprises publiques ou privées de télévision et le CRTC, l'autorité suprême en télévision au pays, pour obtenir un niveau supplémentaire d'explication sur la multiplication des chaînes au Québec.

## **La télévision: un regroupement d'organisations**

Aucune entreprise ou organisation télévisuelle n'est «obligée» de se lancer dans un processus qui a pour résultat ultime de favoriser la multiplication des chaînes. Le CRTC est chargé, selon les lois fédérales de 1968 et de 1991, d'attribuer les licences qui vont permettre aux entreprises choisies d'exploiter diverses organisations télévisuelles. Pour participer à un tel processus, il faut donc que les entreprises en question espèrent retirer des avantages particuliers de l'attribution d'une licence.

Voilà pourquoi on peut se demander quels étaient leurs *intérêts* à se lancer dans une telle entreprise. On peut évidemment supposer que, la majeure partie d'entre elles étant privées, elles l'ont fait dans le but d'en retirer des bénéfices financiers. Mais cela n'explique pas pourquoi Radio-Canada a créé RDI, pourquoi y a-t-il eu autant de nouvelles chaînes et que certaines (le Canal D notamment) se

sont volontairement mises en retrait de l'activité publicitaire, pourtant le seul type d'action susceptible de rapporter des bénéfices à une organisation télévisuelle privée.

De plus, nous l'avons vu, la santé économique des organisations généralistes privées n'est pas des plus saines. Un certain nombre d'organisations ont même créé des chaînes spécialisées en reconnaissant que l'opération n'était pas particulièrement rentable. Alors pourquoi continuer dans le sens de l'expansion? En définissant par exemple les intérêts «économiques» et «politiques» d'une organisation télévisuelle, nous devrions être en mesure de comprendre et d'expliquer un développement qui, à première vue, semble échapper à la logique.

Les diverses chaînes de télévision émanent d'organisations dont certaines sont d'envergure considérable. Ces diverses organisations exercent une concurrence les unes par rapport aux autres pour maintenir et renforcer leur existence. Par ailleurs, le CRTC, à titre de régie fédérale des ondes, est responsable aux termes de la loi de 1991 et de celles qui l'ont précédé en 1976 et 1968 du bon maintien et de l'équilibre de la télévision au Canada. Quelle dynamique relie une régie gouvernementale comme le CRTC à une entreprise privée comme Télé-Métropole, une société publique comme Radio-Canada et une chaîne spécialisée comme MusiquePlus? Quelle est la place et l'importance de chacune des parties dans le tout? Y a-t-il des acteurs plus importants que d'autres? Y a-t-il une logique dans ce développement que la télévision connaît depuis quelques années et qui, à première vue, peut sembler anarchique? Les sociologues qui étudient les organisations ont adopté à ce sujet différentes approches en reconnaissant notamment qu'on doit considérer ces mêmes organisations comme étant...

«...des systèmes ouverts, donc indéterminés et faisant face à de l'incertitude, mais en même temps soumis à des critères de rationalité, et recherchant donc la détermination et la certitude<sup>15</sup>.»

Si on laisse de côté pour quelques instants la télévision comme entité originale qui semble obéir à des mécanismes qui lui sont propres, on constate effectivement qu'elle est constituée d'organisations dont l'étude peut nous éclairer sur leurs motivations. Ces organisations dirigées par des hommes à la rationalité limitée vivent dans un environnement qu'elles essaient de contrôler. Elles réussissent en partie à le faire et, en partie également, il leur échappe. Les gestes posés ne sont pas toujours adéquats et, pourtant, certains d'entre eux le sont.

Nous retrouvons des méthodes d'étude pour ce type de problèmes dans tout un courant de recherche en sociologie des organisations axé sur les relations entre les organisations et leur environnement, un courant d'études relié à ce qu'il est convenu d'appeler le néo-fonctionnalisme<sup>16</sup>.

Nous croyons qu'une telle approche, pour imparfaite qu'elle soit (c'est bien connu, aucune théorie sociologique ne fait l'unanimité!), peut nous permettre de comprendre la dynamique du développement récent de la télévision au Québec.

## **La définition de l'objet d'études**

Pour bien comprendre le développement récent de la télévision québécoise, il s'avère nécessaire de l'aborder à son niveau le plus global possible. Le sociologue Paul Hirsch a bien souligné que, pour

comprendre les problèmes d'ensemble d'une industrie, il faut s'élever le plus possible de façon à obtenir une perspective globale. En fait, insiste-t-il, on peut prendre une industrie entière comme unité d'analyse.

«Pour une entreprise unique, le niveau d'étude le plus immédiat en dehors d'elle-même est représenté par l'industrie toute entière dont elle fait partie<sup>17</sup>.»

C'est seulement à partir d'une unité très vaste que le chercheur peut tenir compte, non seulement des relations entre diverses organisations d'une même industrie, mais aussi de l'influence des politiques gouvernementales sur ces dernières. Le chercheur est alors en mesure de comprendre l'influence que ces mêmes politiques peuvent avoir sur l'environnement en général<sup>18</sup>.

Enfin, puisqu'il s'agit de télévision québécoise, l'objet d'études doit nécessairement comprendre le CRTC, la régie gouvernementale fédérale qui décide des politiques en matière de télévision à la grandeur du Canada, de même que les entreprises privées et publiques ainsi que les chaînes généralistes et spécialisées dont certaines n'appartiennent pas à des groupes québécois (MétéoMédia notamment et, en partie, MusiquePlus).

Est-il adéquat de considérer comme représentant la plus large unité possible d'analyse les seules entreprises «québécoises» et le CRTC? Ne faudrait-il pas intégrer la télévision canadienne à ce projet de recherche puisque, dans ses structures et ses orientations, la télévision québécoise est, qu'on le veuille ou non, canadienne? La télévision est affaire de communication; il faut, selon Dominique Wolton, traiter d'abord de cette question selon l'angle de la communication. Or...

«...c'est de chez soi que l'on regarde le monde, c'est de chez soi que l'on interprète le monde qui vient à nous. Autrement dit, il n'y a jamais de télévision et de communication que nationales<sup>19</sup>.»

Le concept de télévision nationale est très important selon Dominique Wolton. Il s'agit d'une «nécessité presque impérieuse» à laquelle toute télévision doit obéir si elle veut continuer d'exister et de s'épanouir. Une télévision est nationale ou elle n'est pas. Il y a autant de télévisions nationales que de sociétés et de groupes sociaux puisque chaque télévision nationale possède sa personnalité et sa spécificité. Notons ici que le terme «national» ne se rattache pas nécessairement à l'ensemble de tout un pays. Des «communautés» et des «groupes sociaux» à l'intérieur d'un même pays peuvent afficher une cohésion sociale et un sens de l'appartenance qui permet à la télévision qui les représente d'être définie comme «nationale». Wolton s'inspire à cet égard des exemples de la Suisse et de la Belgique pour bien montrer qu'il peut y avoir plus d'une télévision nationale à l'intérieur d'un même pays<sup>20</sup>.

Par ailleurs, les Québécois et les Canadiens n'ont absolument pas les mêmes comportements vis-à-vis de leur télévision respective puisque les premiers sont massivement attachés aux émissions québécoises originales, pendant que les seconds n'affichent pas le même intérêt pour leurs émissions autochtones<sup>21</sup>. Nous croyons donc qu'il est pertinent de considérer comme objet d'études les organisations télévisuelles québécoises en relation dynamique avec le CRTC.

Ces organisations télévisuelles cherchent à maîtriser leur environnement dans un contexte très difficile. Elles doivent innover et inventer de nouvelles règles de jeu rendues nécessaires par une

multiplication des chaînes qui bouleverse l'ordre établi. Par ailleurs, divers groupes et intervenants ayant chacun des intérêts bien identifiés cherchent aussi à s'établir, se maintenir et prospérer. On peut donc imaginer que, dans le contexte de difficultés financières auquel il a été fait référence précédemment, les luttes et les stratégies de tous ces intervenants sont forcément très importantes et méritent une étude particulière.

Voilà pourquoi il est intéressant au premier chef d'étudier les *stratégies* que chaque joueur met de l'avant pour maîtriser son environnement. La situation présente reste incertaine et laisse supposer une dynamique constante entre intervenants de nature, de taille et d'objectifs différents. Le rôle du chercheur alors est de démonter la mécanique de cette dynamique. Une dynamique qui repose sur tout un jeu d'interactions entre les organisations télévisuelles et leur environnement.

Comment procéder pour analyser de telles interactions? Quelle méthode privilégier pour comprendre un développement qui, à première vue, semble anarchique? Faudrait-il insister davantage sur l'environnement des organisations télévisuelles plutôt que sur les stratégies des organisations? Ne serait-ce pas plutôt sur les deux à la fois? En fait, nous souhaitons comprendre et expliquer la dynamique entre *l'acteur* et *le système*.

## L'acteur et le système

Il est évidemment voulu de notre part de reprendre l'approche de Michel Crozier et d'Erhard Friedberg portant sur ce qu'ils ont appelé non pas une sociologie des organisations, mais une *sociologie de l'action organisée*<sup>22</sup>.

L'utilisation de cette approche, croyons-nous, devrait fournir les outils nécessaires à la création d'un modèle d'analyse susceptible de nous aider à comprendre la logique du développement de la télévision au Québec.

Jusqu'ici, on n'a fait qu'effleurer les deux pôles de la réalité télévisuelle, soit *les organisations télévisuelles elles-mêmes* et *l'environnement* dans lequel elles se situent. Il devient alors important de comprendre les relations que ces deux entités entretiennent entre elles. L'approche de Crozier et Friedberg est, à cet égard, particulièrement éclairante:

«L'étude du fonctionnement des organisations ne peut se faire dans l'abstrait ni à partir d'une quelconque rationalité *a priori* fut-elle systémique. Elle passe par l'observation et la mesure des attitudes, comportements et stratégies de ses membres, par l'évaluation de leurs ressources spécifiques ainsi que des contraintes de toutes sortes qui limitent leur marge de manoeuvre et pèsent sur leurs stratégies, pour essayer de comprendre la rationalité de ces attitudes, comportements et stratégies en reconstruisant structures, nature et règles des jeux qu'ils jouent.

On est donc renvoyé à une approche cas par cas. C'est là une démarche (...qui) se veut avant tout une *méthode d'analyse et de compréhension* de la réalité sociale et s'interdit d'élaborer une «théorie des organisations» où des «lois» ou préceptes généraux qui définiraient de façon *a priori* ce que devrait être la "bonne" organisation<sup>23</sup>.»

Donc, priorité est accordée à l'acteur social qui tente de résoudre les problèmes que lui pose son environnement. Il est alors impossible, comme le soulignent Crozier et Friedberg, de retrouver des «lois» et des «mécanismes» permettant d'établir ou de prédire le comportement des uns et des autres. Tout simplement parce que l'acteur a pleine liberté pour «inventer» son action, pour saisir les «opportunités» qui lui semblent les plus adéquates compte tenu de ses expériences, de ses ressources et de ses valeurs. Crozier et Friedberg redonnent donc à l'acteur social (une entité que nous allons définir avec davantage de précision plus loin) ses lettres de noblesse.

Cette liberté pose par ailleurs un problème sérieux au chercheur. Il ne peut se réfugier derrière une théorie générale explicative de tous les comportements décrits. Car qui dit liberté suppose en même temps que l'action de l'acteur est difficilement prévisible.

Est-ce donc à dire que l'acteur est plus important que l'environnement et qu'il a pleine liberté pour le contrôler? Absolument pas! L'environnement est tout sauf une réalité homogène et univoque qui pèse de tout son poids sur chaque acteur social.

«L'environnement n'est pas un champ unifié et homogène. Il est constitué au contraire par une multiplicité de champs fractionnés, sinon cloisonnés les uns par rapport aux autres et qui charrient des «exigences» fluctuantes, ambiguës, et souvent divergentes et contradictoires. Il en découle un premier élément d'indétermination, et donc de *liberté de choix* dans la relation entre une organisation et son environnement (...) Pas plus qu'une organisation, les «exigences» de l'environnement ne sont des «facteurs» désincarnés qui s'imposent à l'organisation par des mécanismes impersonnels et ou automatiques. Elles ne deviennent contraignantes pour une organisation —et à la limite n'existent— qu'à travers leur actualisation d'un certain nombre d'individus ou de groupes, bref d'acteurs sociaux placés à l'intérieur et à l'extérieur de l'organisation *strictu sensu* qui consciemment ou inconsciemment les incorporent et les utilisent dans et pour leurs stratégies personnelles<sup>24</sup>.»

La complexité et la fluidité de l'environnement empêchent donc ce dernier de peser d'un poids déterministe sur chaque acteur social qui garde toute sa liberté. Chaque acteur structure l'environnement à sa façon et selon ses ressources. Emprisons-nous d'ajouter cependant que cette liberté est tout de même limitée justement par les multiples problèmes que chaque acteur doit résoudre. En fait Crozier et Friedberg vont constamment faire référence à une liberté «contingente».

Les relations entre l'environnement et l'acteur social sont donc complexes et cela ne facilite pas la tâche du chercheur:

«... le rapport à l'environnement ne saurait être réduit à une simple influence extérieure suivie d'adaptation unilatérale. Il s'agit en fait d'un processus permanent d'échange à travers lequel une organisation s'ouvre, pour ainsi dire, sélectivement au système de pouvoir plus large auquel elle participe, et par lequel elle en intègre des parties de façon plus ou moins permanente dans son propre système d'action pour ainsi pouvoir «l'adapter» à son tour à ses exigences propres<sup>25</sup>.»

Pour comprendre chaque organisation, il faut donc la replacer dans son système d'action plus large et expliquer comment elle intègre ce dernier. Environnement et organisation sont donc aussi importants l'un que l'autre. Il faut procéder au cas par cas d'une organisation à l'autre mais à l'aide d'une vision d'ensemble en ce qui a trait à l'environnement. Ce dernier structure en partie l'organisation pendant que celle-ci, à son tour, le structure en partie selon ses intérêts et ses connaissances.

Ce qui nous intéresse au premier chef, ce sont donc les stratégies des acteurs, les résultats de leurs actions, les réactions sur leur environnement qui, à son tour, peut également les influencer. La prise de décision...

«...apparaît dès lors marquée par l'interpénétration de logiques différentes, qui se révèle dans les changements et les biaisages de la rationalité initiale, que ce soit par addition, par soustraction, par annulation ou par torsion de la rationalité initiale. Dans cette perspective, l'analyse de la prise de décision suppose de reconstituer les récits des différents acteurs, puis de repérer ces biaisages pour localiser ensuite les auteurs des changements effectués<sup>26</sup>.»

Certes, cette approche n'est pas parfaite. Certains auteurs la critiquent fortement. Ainsi, Michel Bellavance reproche à Michel Crozier et aux sociologues des organisations de n'étudier que les conflits. Selon lui, une telle approche a pour résultat d'empêcher l'évaluation des aspects positifs de changement social que la négociation entre les différents intervenants peut amener<sup>27</sup>. Par ailleurs, nous nous situons dans une perspective de développement de la télévision québécoise. Il n'est pas nécessaire d'étudier le fonctionnement quotidien de la télévision mais plutôt ses temps forts, soit les moments où, ces dernières années, on a augmenté les chaînes. On souhaite connaître les raisons de tels changements et les conditions favorisant l'éclosion des entreprises qui ont décroché une licence.

Compte tenu du processus de concurrence qui est très important dans chacune des audiences du CRTC, l'aspect conflictuel «dénoncé» par Michel Bellavance se situe au coeur même des échanges qui se font sur la place publique entre le CRTC et les entreprises intéressées. Par ailleurs, nous avons eu l'occasion de répéter à plusieurs reprises que la télévision connaît présentement une période difficile. La concurrence des différentes organisations télévisuelles entre elles, de même que les effets des décisions du CRTC, responsable de baliser un avenir difficilement prévisible, rendent la situation encore plus incertaine. Les conflits et les incertitudes dans des circonstances aussi changeantes sont au coeur du quotidien des entreprises télévisuelles et du CRTC. Une approche

centrée justement sur l'analyse des stratégies et des conflits risque donc d'expliquer mieux que toute autre ce qui se passe réellement.

Si on accepte une telle approche, il devient maintenant important de se demander *comment* on peut mener une telle analyse.

## Une approche qui comporte des limites

Chaque acteur social a des contraintes spécifiques qui pèsent sur sa liberté d'action. Nous devons donc tenter de comprendre la liberté de ces acteurs en relation avec ces contraintes qu'ils connaissent:

«On conçoit dès lors que — cherchant à comprendre et à expliquer l'origine et la nature de ces contraintes — la démarche stratégique ne puisse étudier un champ d'action dans l'abstrait ni à partir d'une quelconque rationalité *a priori*. Elle ne pourra découvrir le poids de ces contraintes pour les acteurs comme pour l'ensemble qu'ils forment qu'en reconstruisant —dans une perspective phénoménologique limitée —la logique et la rationalité propres des relations et interactions qui sous-tendent cet ensemble. De façon nécessairement et inéluctablement contingente, il s'agira chaque fois de découvrir les caractéristiques, la nature et les règles des jeux qui structurent les relations entre les acteurs concernés et, partant, conditionnent leurs stratégies, et de remonter ensuite aux modes de régulation par lesquels ces jeux s'articulent les uns aux autres et sont maintenus en action dans un système d'action<sup>28</sup>.»

On l'aura compris, Crozier et Friedberg n'en font d'ailleurs pas mystère, il s'agit d'une approche essentiellement inductive. Certes, une telle approche prête le flanc à la critique. Par exemple les auteurs Quivy et Campenhout, en faisant le tour des méthodes de recherche en sciences sociales, citent Bourdieu qui affirme que le modèle hypothético-inductif n'est pas véritablement explicatif

mais plutôt mimétique<sup>29</sup>. On pourra toujours rétorquer que Crozier et Friedberg estiment, quant à nous de façon tout à fait fondée, qu'il est impossible dans l'état actuel des connaissances d'aller plus loin<sup>30</sup>. Il est impossible de trouver des lois générales et des mécanismes qui expliqueraient de façon universelle le développement de structures organisationnelles. Crozier et Friedberg adoptent donc à cet égard une approche plus restreinte et plus «humble» à laquelle nous nous rallions complètement. Il s'agit donc ici d'étudier le développement de structures *après coup* et tenter de mettre à jour les mécanismes qui ont présidé à leur évolution. Toute théorie universelle avec hypothèse englobante que l'on souhaite vérifier tout au long d'une recherche est donc écartée d'emblée d'une telle approche.

Au coeur de cette démarche, on retrouve les concepts d'*acteur social* et de *système*. Cela demande au chercheur une analyse à la fois *stratégique* (pour l'acteur social) et *systémique* (pour le champ dans lequel s'exerce les stratégies de l'acteur). Pour y parvenir, le chercheur doit définir les expériences vécues par chaque acteur social de façon à délimiter ses capacités, soit les ressources dont il dispose et les possibilités d'action qui sont les siennes. Par la suite, on pourra s'attarder à la structuration des relations de pouvoir qui lient les divers acteurs les uns aux autres et qu'il s'agit justement de faire apparaître pour comprendre les régulations d'ensemble du système d'action étudié et en rendre compte.<sup>31</sup>

Telles sont les notions au coeur de cette démarche portant sur la compréhension du développement récent de la télévision québécoise. Il est maintenant temps de définir *comment* on peut y parvenir.

---

## RÉFÉRENCES

1. Dominique Wolton, *Éloge du grand public, une théorie critique de la télévision*, Paris, Flammarion, 1990.
2. Dominique Wolton, *ibid.*, p 80-87.
3. Dominique Wolton, *ibid.*, p. 114.
4. Dominique Wolton, *ibid.*, p. 116.
5. Michel Filion, *ibid.*, p. 140-154.
6. Simon Langlois et al, *La société québécoise en tendances 1960-1990*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1990, p. 471.
7. Michel Filion, *op. cit.*, p. 150-154.
8. Roland Parenteau, « Les intellectuels et la politique dans les années 60 », *Bulletin d'histoire politique*, vol. 3, No 1, dépôt légal Bibliothèque nationale du Québec, 1994, p. 47.
9. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 230.
10. Info Presse Communications, *Le guide annuel des médias 1996*, réalisé en collaboration avec le Conseil des directeurs médias du Québec, Varennes, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, Bibliothèque Nationale du Canada, 1996, p. 23. Dans cette publication annuelle, on attribue à 7 chaînes spécialisées et à Super Écran qui, pour les fins de notre étude, n'est pas considérée, une part d'écoute de 10% de l'écoute globale. Nous obtenons ainsi une moyenne individuelle de 1,25%. que nous avons multipliée par 7 (1,25% X 7= 8,75%).
11. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 21-22.
12. Rapport Caplan-Sauvageau, *ibid.*
13. CRTC, Un plus grand choix..., *op. cit.*, p. 1-6.
14. Jim. Robson, in Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Transcription des audiences tenues à Hull du 10 juillet au 13 août 1987 par Steno Tran, 1376 Kilborn Avenue, Ottawa, 19 volumes, p. 4742. Traduction de l'auteur.
15. John David Thompson, *Organizations in Action*, New-York, McGraw-Hill, 1967, p. 10.
16. Charles Perrow, *Complex Organizations*, New-York, Montréal, McGraw-Hill, 1986, p. 154-160.
17. Paul M. Hirsh., « Organizational Analysis and Industrial Sociology, an Instance of Cultural Lag », *The American Sociologist*, Vol 10, février 1975, p. 8.

- 
18. Paul Hirsh, *ibid.*, p. 8-10.
  19. Dominique Wolton, *op. cit.*, p. 299.
  20. Dominique Wolton, *ibid.*, chapitre XI, Télévision, identité et nationalisme, p. 266-309.
  21. Rapport Girard-Peters *op. cit.* p. 57-60. En 1984-1985, 73,3% des émissions regardées par les Canadiens de langue anglaise étaient «étrangères» et seulement 26,7% étaient «canadiennes». À noter que la tendance est inverse à la télévision «canadienne de langue française» puisque, toujours en 1984-1985, 66,8% de l'écoute francophone portait sur des émissions «canadiennes» et 33,2% de l'écoute était réservée aux émissions «étrangères».
  22. Michel Crozier, Erhard Friedberg, *L'acteur et le système*, Paris, collection Essais, Editions du Seuil, 1992, p. 110. (Réédition intégrale de la version de 1977 parue elle aussi aux Éditions du Seuil).
  23. Michel Crozier, *ibid.*, p 109-110.
  24. Michel Crozier, *ibid.*, p 153-154.
  25. Michel Crozier, *ibid.*, p. 179.
  26. Patrick Guillemet, *Questions d'examen général de doctorat sur le processus d'institutionnalisation*, département de sociologie, Université de Montréal, septembre 1991. Réponse de Patrick Guillemet à la question de Marcel Fournier, p. 18. (Étude remise à l'auteur par Camille Legendre)
  27. Michel Bellavance, *Les politiques gouvernementales, élaboration, gestion et évaluation*, Montréal, Les éditions Agence d'Arc-ENAP, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, Bibliothèque nationale du Canada, 1985, p. 66-73.
  28. Michel Crozier, *op. cit.* p. 452.
  29. Raymond Quivy et Luc Van Campenhoudt, *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Sciences humaines Dunod, 1994, p. 132.
  30. Michel Crozier, *op. cit.*, annexe «Théorie et pratique de la démarche de recherche». p. 451-478. Notons ici que notre cadre d'analyse est directement inspiré des indications données par ces deux auteurs dans ce chapitre portant sur les méthodes d'analyse en «sociologie de l'action organisée».
  31. Michel Crozier, *op. cit.*, p. 477-478.

# *Chapitre trois*

## *Méthodologie*

---

---

---

**L**e contenu des audiences publiques du CRTC représente un ensemble de données tout à fait pertinentes pour faire une analyse à la fois stratégique et systémique de la télévision québécoise.

Chaque organisation télévisuelle, qu'elle soit publique ou privée, doit obtenir une licence du CRTC qui, en théorie, lui est octroyée pour 5 ou 7 ans<sup>1</sup>. Devant certains cas problématiques cependant, la licence peut être octroyée pour une période beaucoup plus courte\*\*.

Lorsque l'organisation se présente dans une de ces audiences publiques, elle doit faire un ensemble de «promesses» sur ce qu'elle entend accomplir pendant la durée de sa licence<sup>2</sup>. De telles promesses doivent être très précises et couvrir tous les secteurs d'activités de l'organisation télévisuelle: programmation, production, utilisation de ressources humaines, financières, techniques, etc. Les échanges permettent une étude très détaillée des forces en présence.

---

\*\* À titre d'exemple, on peut mentionner les difficultés que Radio-Nord, une entreprise qui possède, entre autres, des stations de télévision à Hull, Rouyn, et Val d'Or a connues au début des années 70. Il y avait eu à cette époque énormément de plaintes qui portaient aussi bien sur la réception du signal que sur les émissions elles-mêmes. En dépit d'avertissements nombreux de la part du CRTC, l'entreprise n'apportait pas d'améliorations. Radio-Nord vit alors sa licence renouvelée pour un an seulement. L'entreprise, se voyant placée sous surveillance étroite, apporta de très importantes améliorations qui lui permirent par la suite d'obtenir des renouvellements de licence pour des périodes «normales» de cinq ou sept ans.

## **Les audiences publiques du CRTC: un système d'action**

Au moment de l'audience, l'entreprise doit évidemment donner les raisons qui la poussent à faire telle ou telle promesse. De son côté, le CRTC pose toutes les questions nécessaires pour vérifier la capacité de l'entreprise requérante d'honorer les engagements qu'elle prend.

Par ailleurs, toujours pendant cette audience publique, divers organismes et individus peuvent également, s'ils l'estiment à propos, appuyer ou s'opposer aux demandes de l'entreprise requérante. Ils peuvent, par exemple, souligner les aspects positifs des engagements de l'entreprise requérante ou, au contraire, s'objecter à ce qu'elle compte faire, l'accuser de ne pas donner toute l'information voulue sur ses motivations, s'opposer à certains éléments des promesses qui sont faites, favoriser un point de vue contraire, etc.

On retrouve dans ces audiences l'ensemble des intervenants majeurs du paysage audio-visuel québécois: les entreprises télévisuelles elles-mêmes, le CRTC et les divers organismes et corps constitués estimant qu'il est important d'intervenir. Chacune de ces organisations intervient selon ses intérêts, ses contraintes et les possibilités qu'elle entrevoit pour maintenir ou accroître ses possibilités d'ancrage dans son environnement.

Chaque organisation «amène» en quelque sorte en audience ses valeurs, ses orientations et le rapport de forces qui se constitue alors est le résultat de l'équilibre déjà existant entre le CRTC et les diverses entreprises télévisuelles.

De son côté, le CRTC est le «seul organisme public autonome» auquel est confié par les lois de 1968 et 1991 «la réglementation et la surveillance du système de radiodiffusion» canadien. Il est chargé de faire appliquer la loi sur la radiodiffusion à des entreprises privées et publiques qui utilisent des fréquences qui sont «du domaine public»<sup>3</sup>. On peut donc en déduire que le CRTC est probablement sensible à diverses «pressions» qui, pour peu qu'elles soient reconnues d'intérêt public, peuvent influencer ses décisions.

Certes, les délibérations que les commissaires du CRTC entreprennent à la suite d'une audience et avant de prendre une décision ne sont pas rendues publiques. Mais autant par les questions que les commissaires du CRTC posent pendant les audiences que par les intervenants qu'ils acceptent d'entendre, nous pouvons inférer les préoccupations de la régie fédérale des ondes sur les questions étudiées en audience<sup>††</sup>.

*L'audience publique du CRTC est un révélateur de premier ordre du système audio-visuel québécois.* Un système réglementé par une loi fédérale dans lequel on retrouve des entreprises organisées dont plusieurs le sont depuis longtemps, une régie fédérale chargée d'appliquer la loi et divers intervenants et organismes intéressés par de telles questions. Il s'agit donc d'un système d'action concret qui est...

«...un ensemble humain structuré qui coordonne les actions de ses participants par des mécanismes de jeux relativement stables qui maintient sa structure, c'est-à-dire la stabilité de ses jeux et les rapports entre ceux-ci, par des mécanismes de régulation qui constituent d'autres jeux.»<sup>4</sup>

---

<sup>††</sup> Nous reviendrons plus loin sur la structure du CRTC et ses modalités de fonctionnement dans les audiences .

Par ailleurs, on peut attribuer au système audio-visuel québécois le qualificatif d'«ouvert» puisqu'il est soumis à toutes sortes d'influences importantes qui ne sont pas nécessairement issues du milieu audio-visuel lui-même. Chaque organisation met au point ses stratégies d'action selon les problèmes très réels qu'elle *vit* dans sa quotidienneté d'organisation télévisuelle. On pense ici, entre autres choses, à des subventions de plus en plus restreintes pour les entreprises publiques et à des revenus publicitaires restés stables malgré des «joueurs» de plus en plus nombreux pour les entreprises privées.

L'audience sert donc à *décrire, comprendre et expliquer* ce système d'action dans lequel on retrouve l'ensemble des problèmes et stratégies auxquels chaque organisation fait face. Certes, il est théoriquement possible qu'une organisation télévisuelle puisse «cacher» ses motivations réelles et présenter l'aspect de la réalité qui «fait son affaire» dans une audience. Il est également tout à fait normal qu'elle se présente sous ses plus «beaux atours» et que ses promesses revêtent un caractère forcément partisan. Mais, même en procédant ainsi, la marge de manoeuvre d'une organisation demeure somme toute mince puisque le CRTC a accès à tous les dossiers liés à ses projets. De plus, selon des modalités exposées plus loin, de tels dossiers sont rendus publics. L'entreprise requérante peut demander à ce que certains des documents la concernant ne soient pas présentés en public, mais une lecture rapide des échanges entre le CRTC et les entreprises qui font semblable demande nous apprend que l'organisme fédéral ne cède que très rarement à ce genre d'exigence. De plus, au moment des audiences publiques, les questions posées par les commissaires du CRTC obligent l'entreprise à «dévoiler» le plus possible ses motivations et ses plans d'avenir.

Bref, bien que la chose demeure possible, les organisations participant aux audiences peuvent difficilement cacher des faits importants et des motivations essentielles.

Par ailleurs, le grand nombre d'intérêts révélés dans une audience, de même que les exigences très précises des lois et règlements que le CRTC est chargé de faire appliquer, empêchent également ce dernier de «cacher» des problèmes ou d'éviter de traiter de problèmes jugés importants par le milieu de la radiodiffusion québécoise.

Il suffit de lire les transcriptions de récentes audiences publiques pour y constater que tous les grands problèmes de la télévision québécoise y sont abordés de plein front: le rétrécissement des budgets fournis par l'État aux télévisions publiques, l'omniprésence de la télévision américaine, le sous-financement de la télévision québécoise, l'importance croissante de la câblodistribution, l'arrivée de la télévision par satellite, l'autoroute électronique, etc.

Le problème majeur pour le chercheur n'est donc pas le manque de données mais bien plutôt l'*interprétation* de cette masse de données que l'on peut retrouver dans une audience du CRTC. Nous verrons plus loin que nous avons développé des méthodes de travail pour réduire le plus possible la portée d'un tel problème.

## **L'acteur social dans le système d'action**

Les organisations télévisuelles, le CRTC lui-même, les organismes et individus qui se manifestent dans le cadre des audiences publiques du CRTC représentent donc le système d'action qui s'avère être un des deux pôles de la présente recherche. L'autre pôle d'observation est évidemment constitué des acteurs qui «font» ce système d'action. Ces acteurs, essentiellement les mêmes entités que celles qui ont été circonscrites dans la définition du système d'action, sont considérés cette fois un à un. Chaque organisation télévisuelle, le CRTC, chaque individu ou organisme intervenant dans une audience publique représente bel et bien un acteur social tel que défini par Michel Crozier et Erhard Friedberg.

Certes, tous ces acteurs ne sont pas d'égale importance. C'est le rôle de la recherche de les hiérarchiser les uns par rapport aux autres et de définir la portée et la nature de leurs interventions dans le système d'action. Le croisement des diverses stratégies exprimées pendant les audiences et le point de vue qui l'emporte au moment de la publication des avis publics du CRTC permet une telle hiérarchisation.

Notons enfin que, dans de telles audiences, quelques individus seulement s'expriment au nom de chacune des organisations télévisuelles. Dans la mesure où leurs déclarations et les documents présentés en audience sont les seuls reconnus par le CRTC et les autres acteurs, nous n'avons accordé d'attention qu'aux seules positions exprimées par les représentants officiels de l'organisation en question. De la même façon pour le CRTC, seuls les commissaires à temps plein sont habilités à

prendre les décisions finales auxquelles seront soumises les diverses entreprises télévisuelles qui se sont adressées à lui<sup>5</sup>.

Par ailleurs, les interventions du CRTC, contrairement à celles des autres acteurs sociaux, ne se manifestent pas seulement à l'intérieur des audiences. Outre un avis public dans lequel le CRTC annonce le sujet des audiences à venir, il publie, plusieurs semaines après la tenue de l'audience, les décisions qui ont été prises. Ces décisions représentent en quelque sorte la conclusion à toutes les déclarations et intentions exprimées en audience et on est alors en mesure de vérifier le point de vue «gagnant» et d'identifier les acteurs qui auront réussi à voir leur point de vue reconnu.

On remarquera que, dans une telle approche, on ne peut se contenter d'analyser les seuls textes officiels publiés avant et après les audiences. À ne prendre en considération que les avis publics et décisions publiés par le CRTC avant et après les audiences, on ne peut mettre à jour les jeux de chacun des acteurs puisque, dans un texte officiel de la régie fédérale, c'est forcément le point de vue de cette dernière qui prévaut.

Selon l'approche développée par Crozier et Friedberg, il est important de laisser les différents acteurs *définir par eux-mêmes* leur propre action. Et c'est justement ce que l'étude des audiences publiques nous permet de faire. Les transcriptions complètes des discussions effectuées dans le cours d'audiences publiques représentent une matière très riche que le sociologue Charles Perrow a bien reconnu:

«...on retrouve énormément de données très valables dans les puissantes agences gouvernementales et les organismes à vocation économique de notre société. (...).

Malheureusement, les théoriciens des organisations ne les consultent que très rarement. Je pense ici à cette masse énorme d'informations que l'on retrouve aussi bien dans les dossiers d'audiences publiques de différents groupes parlementaires que dans ceux des régies et agences gouvernementales. Ce sont des informations publiques dans lesquelles on retrouve des données très pertinentes...<sup>6</sup>»

Le rôle du chercheur est donc d'identifier, au moyen d'une analyse du contenu de ces audiences, les stratégies de chaque acteur social et les raisons invoquées par ce dernier pour expliquer sa stratégie. Il devient alors nécessaire de se doter d'instruments permettant l'étude d'un tel ensemble de données.

### **Les composantes de l'acteur social: ses valeurs, ses principes d'action et les résultats prévus à la suite de son action.**

À partir du moment où le chercheur décide de centrer son travail sur l'analyse stratégique des acteurs sociaux participant à une audience publique, il doit sélectionner les composantes de cette analyse et pratiquer cette dernière pour tous les acteurs sociaux d'une audience: le CRTC lui-même, les organisations télévisuelles et les intervenants.

Nous avons mis au point une grille nous permettant d'obtenir, *du point de vue de chaque acteur*, les éléments importants de ses interventions en audience. Cette grille a permis d'assurer un tri dans l'abondante documentation que l'on peut consulter à la suite d'une audience et de ne conserver que les données pertinentes. Un tel instrument se devait d'être souple et facile d'utilisation puisque chaque acteur définit la réalité à sa façon. Une grille trop «pointue» aurait risqué de ne pas rendre compte de la subjectivité de chaque acteur. En conformité avec l'approche développée par Crozier et Friedberg, il est essentiel d'intégrer cette subjectivité de chacun des acteurs dans l'interprétation

finale des résultats.

Pour y parvenir, nous nous sommes inspirés très librement de travaux de Richard Scott, Michel Bellavance, Michel Crozier et Erhard Friedberg. Les notions qui suivent proviennent de ces différents auteurs mais l'utilisation qui en est faite et les liens établis entre chacune d'entre elles n'engagent que le chercheur.

En ce qui a trait à l'étude des politiques gouvernementales, Michel Bellavance fait ressortir trois niveaux d'analyse portant respectivement sur *les valeurs*, *les principes d'action* et *les résultats*<sup>7</sup>. Comme chaque acteur, à la suite d'une décision du CRTC, est amené à «incarner» pendant l'exercice de sa licence des politiques et des règlements véhiculés par cette régie gouvernementale, nous croyons qu'il est pertinent de découper les positions développées par chaque acteur selon ces trois dimensions en les adaptant à la réalité télévisuelle.

### **Les valeurs**

Dans une audience, chaque acteur est amené à définir ses valeurs représentant en quelque sorte son credo et le définissant sur la place publique. Il y parvient en trois étapes: tout d'abord *il définit les problèmes* qu'il vit dans sa quotidienneté d'acteur de la réalité télévisuelle québécoise. *Il identifie les besoins* qui devront être satisfaits pour résoudre les problèmes qu'il rencontre. Enfin, *il avance des solutions* qui, selon lui, devraient satisfaire les besoins identifiés et solutionner les problèmes qu'il aura définis. De telles solutions deviennent *les objectifs* à poursuivre pour accroître sa maîtrise de l'environnement dans lequel il se situe.

### **Les principes d'action**

Une fois les valeurs de l'acteur bien identifiées, ce dernier fait l'inventaire de ses possibilités et limites afin de procéder à la définition de ses principes d'action. Cet inventaire, pour reprendre l'approche de Michel Crozier et Erhard Friedberg, sera interprété selon ses *zones d'incertitude*, ses *capacités* et la *nature des rapports* qu'il essaie d'établir avec son environnement<sup>8</sup>.

*Les zones d'incertitude* de l'acteur résultent aussi bien de l'action même du CRTC, qu'il peut être difficile de prévoir, que des intentions et actions des autres acteurs, qu'il est tout aussi difficile de prévoir. Comment, par exemple, chaque acteur réagit-il au financement incertain des entreprises publiques, aux compétiteurs qu'il ne connaît pas encore, aux technologies en pleine évolution?

Ses zones d'incertitude étant définies, quel inventaire chaque acteur fait-il de son savoir-faire, de son expérience et de ses ressources, en d'autres termes de toutes ses *capacités* sur lesquelles il peut compter pour mieux maîtriser son environnement?

L'inventaire des zones d'incertitude et des capacités d'un acteur social nous permet de comprendre *la nature des rapports* qu'il tente de nouer avec son environnement. Quel genre de lien essaie-t-il d'établir avec les autres acteurs sociaux? Comment essaie-t-il d'établir les positions les plus sûres possible face au développement des chaînes?<sup>9</sup>

Notons en passant que l'acteur, pendant une audience, ne fait pas nécessairement une présentation

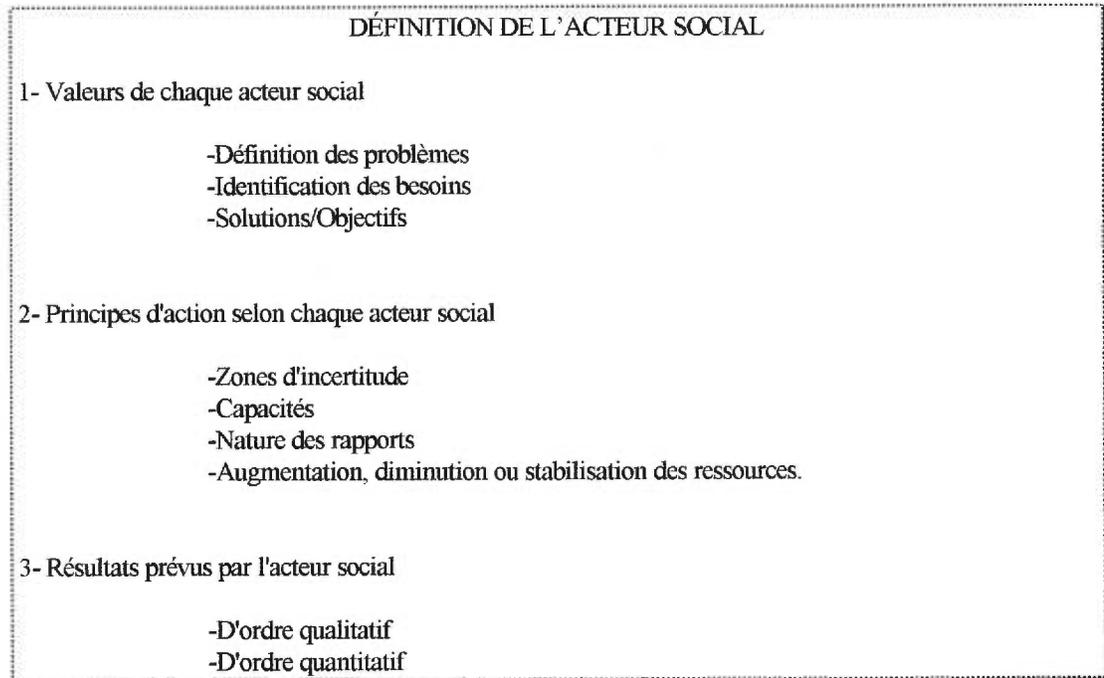
selon l'ordre avancé présentement, mais il passe nécessairement par toutes ces étapes quitte à le faire à sa façon. C'est au chercheur de reprendre toutes les interventions en audience et de les intégrer dans la grille pour les besoins de la recherche.

Ce faisant, on est alors en mesure de comprendre les principes d'action que l'acteur met de l'avant et qui se ramènent nécessairement à *l'augmentation*, *la diminution* ou encore *la stabilisation de ses ressources*.

### **Les résultats**

En conclusion, l'acteur doit prévoir les résultats prévus si sa proposition est acceptée par le CRTC. Des résultats *d'ordre qualitatif* (amélioration des services de programmation offerts à la population) ou *quantitatif* (augmentation du public rejoint par les services).

Bien que nous ayons privilégié le point de vue d'une organisation télévisuelle dans la définition de cette démarche, cette dernière est tout autant valable pour le CRTC que pour un intervenant en audience. On peut résumer cette démarche selon la grille présentée ici:



L'avantage d'une telle grille, c'est qu'elle fournit au chercheur un instrument lui permettant d'obtenir une vision d'ensemble d'une organisation dans sa dynamique pour mieux s'établir dans son environnement. Elle lui permet également, d'une façon constante et similaire d'un acteur à l'autre, d'évaluer les actions de chacun d'entre eux.

L'approche définissant *l'acteur social* étant circonscrite, on peut maintenant se demander comment aborder *le système* proprement dit.

## **Définition du système télévisuel québécois**

Quels sont les éléments du système québécois à inclure dans une telle analyse pour obtenir, conformément à ce que nous avons déjà reconnu, une perspective la plus globale possible?<sup>10</sup>.

Si on veut comprendre le développement récent de la télévision québécoise, on doit privilégier les chaînes qui s'imposent au public québécois à la grandeur du territoire. Nous avons d'ailleurs établi en introduction à quel point les programmations et les productions montréalaises dominaient le paysage audio-visuel québécois. La télévision québécoise est, à toutes fins utiles, montréalaise. L'étude Girard-Peters a reconnu à quel point la télévision québécoise était déséquilibrée puisque les problèmes du marché télévisuel montréalais pouvaient avoir un effet désastreux sur toute la télévision québécoise tellement il était prépondérant. On ne retrouverait pas semblable déséquilibre à la télévision canadienne avec des centres quand même relativement importants comme ceux de Vancouver, Halifax et Winnipeg, le plus important étant évidemment celui de Toronto<sup>11</sup>.

Les proportions de programmation régionale pour les stations de Quatre-Saisons et de Radio-Québec en dehors de Montréal sont encore moins importantes. De plus, bien que Télé-Métropole, par une de ses stations affiliées, rejoigne une partie du public francophone du Nouveau-Brunswick et qu'il en est de même avec Quatre-Saisons qui rejoint une partie du public francophone de l'Est ontarien, on doit reconnaître que les chaînes privées francophones rayonnent de façon fort peu significative en dehors du Québec. Le Groupe de travail Caplan-Sauvageau a publié à cet égard des données tout à fait significatives qui nous démontrent que la télévision canadienne de langue

française en dehors du Québec est une réalité peu importante.

**Part des stations françaises dans l'écoute totale de la télévision, par province  
(du lundi au dimanche, 6h à 2h, saison 1984)**

	T.N.	I.P.É	N.É.	N.B.	Qué.	Ont	Ma	Sas	Al.	C.B.
Écoute (stations françaises, %)	0,1	0,3	0,1	13,8	71,7	0,8	0,4	0,1	0,1	0,1
Population francophone (%)	0,5	4,9	4,25	33,6	82,4	5,5	5,1	2,6	2,7	1,6

Tableau in Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.* p. 226. Ce tableau a été confectionné à partir de données fournies par le Service de recherche de Radio-Canada en ce qui a trait aux habitudes d'écoute et, pour les données sur la population, à partir de Statistiques Canada, *Recensement du Canada 1981, langue maternelle n° de cat. 92-902.*

Une telle répartition des habitudes d'écoute donne pour le Canada, *dans son ensemble*, 20,7% du temps total d'écoute aux émissions de langue française pendant que la population française, au moment où ces chiffres avaient été rassemblés, représentait 25,7% de la population totale canadienne. En d'autres termes, en dehors du Québec, on ne regarde tout simplement pas la télévision «canadienne de langue française» puisque huit provinces sur dix ne consacraient même pas 6% du temps d'écoute à des programmes de langue française. En fait en dehors du Québec, seule la province du Nouveau-Brunswick consacre une proportion significative de son temps d'écoute à la télévision de langue française, une proportion quand même limitée puisqu'elle n'est que de 13,8%. On peut également remarquer que le taux d'assimilation hors Québec est tel que ces

chiffres qui datent déjà un peu ont probablement connu une baisse<sup>12</sup>. On peut raisonnablement supposer qu'il est important d'avoir une excellente connaissance d'une langue pour regarder régulièrement des émissions de télévision dans la langue en question.

À la suite des travaux de Dominique Wolton, qui attribue à la télévision un rôle de lien social, on peut affirmer que cette dernière joue pleinement son rôle lorsqu'elle s'adresse à un vaste public<sup>13</sup>. Certes, des raisons démographiques évidentes expliquent le piètre rayonnement de la télévision de langue française en dehors du Québec. Mais l'essentiel de la télévision de langue française se fait au Québec. Il n'y a tout simplement pas en dehors du Québec des auditoires suffisamment importants pour qu'on y retrouve une des réalités les plus fondamentales de la télévision: *un public de masse*.

On peut donc raisonnablement affirmer que le coeur de la télévision francophone au Canada se retrouve au Québec et que c'est à Montréal que se produit la plus grande partie des émissions de cette même télévision. C'est d'ailleurs à Montréal que se retrouvent les sièges sociaux des organisations télévisuelles québécoises et c'est à Montréal que l'administration, la conception et la production d'émissions s'effectuent. Certes, on doit reconnaître que Radio-Canada a son siège social à Ottawa, mais les grandes lignes de l'encadrement, la conception et la production de ses émissions sont décidées à Montréal<sup>14</sup>.

La situation est encore plus nette pour les chaînes spécialisées qui, toutes installées à Montréal, n'ont pas de centres de production en dehors de la région montréalaise. Les mêmes remarques valent pour les chaînes anglophones. Qu'il s'agisse de CBMT (CBC) ou de CFCF (CTV), ces

stations ont une programmation locale réduite, la plupart de leurs émissions provenant de Toronto.

Pour comprendre le développement de la télévision québécoise, il nous faut donc accorder une attention particulière à la télévision montréalaise francophone.

### **Le système télévisuel québécois: trois niveaux d'analyse**

C'est une loi votée par le parlement canadien en 1968 qui détermine les éléments fondamentaux de la télévision québécoise pendant la plus grande partie de la période couverte par la présente recherche. Par la suite, les autorités fédérales ont entrepris dès le milieu des années 80 un processus de révision de cette loi de 1968 (déjà révisée en 1976) qui a mené à une nouvelle loi en 1991. Il est évidemment important de reconnaître que ces lois ne sont pas le fruit d'une génération spontanée. Il faut rappeler au moins dans les grandes lignes comment on en est arrivé à de telles lois.

On a beaucoup reproché au courant fonctionnaliste «traditionnel» une approche « a-historique » axée sur le seul présent<sup>15</sup>. En réponse à de telles critiques, Catherine Ballé souligne que, de plus en plus, les chercheurs favorisent un rapprochement entre histoire et sociologie de façon à pouvoir identifier *un processus* dans la vie des organisations et de leur environnement qui, par définition, est soumis au changement<sup>16</sup>. Aussi est-il important de situer le cadre institutionnel de la télévision québécoise dans une perspective historique.

De plus, dans ces deux lois canadiennes qui ont servi de cadre au développement récent de la

télévision québécoise, on remarque une très grande importance accordée au CRTC et à Radio-Canada, chacun se voyant attribuer des pouvoirs et des devoirs bien identifiés. Les deux organismes sont donc plus que des acteurs sociaux. Ce sont des institutions qui, par leur existence même, représentent des déterminants majeurs de l'évolution du système de radiodiffusion québécois. Aussi est-il particulièrement important d'en tenir compte dans l'étude du cadre institutionnel qui représente *le premier niveau d'études* du système télévisuel québécois.

Il est également indispensable d'établir des distinctions entre les différents acteurs sociaux participant aux audiences du CRTC. Il y a des différences très nettes entre les chaînes généralistes et les chaînes spécialisées, car aussi bien dans leurs rapports avec le CRTC que dans leur taux de pénétration auprès du public, elles sont d'importance très inégale. Les chaînes généralistes (Radio-Canada, Quatre-Saisons, Télé-Métropole et Radio-Québec) peuvent être captées, sauf pour des cas d'exception causés généralement par la géographie ou l'éloignement extrême, par tout propriétaire d'un appareil de télévision au Québec. Or, plus de 99,4% des ménages québécois possèdent au moins un appareil de télévision, ce qui nous permet d'affirmer que pratiquement tous les habitants du Québec ont accès à la télévision généraliste<sup>17</sup>.

Il en va tout autrement pour les chaînes spécialisées accessibles aux seuls abonnés des entreprises de télédistribution. Par exemple, en 1986, on estimait que 58% des foyers québécois étaient abonnés au câble. Cette proportion, en 1995, était passée à 69%<sup>18</sup>. De plus, ces mêmes chaînes spécialisées, contrairement aux chaînes généralistes, ne visent pas le grand public puisque, dans les engagements effectués au moment de poser leur candidature, elles ont dû présenter une programmation suscepti-

ble d'intéresser des publics restreints. Enfin, ajoutons que le CRTC soumet les chaînes spécialisées à des exigences différentes de celles qui sont imposées aux chaînes généralistes. Il nous semble donc opportun de considérer les chaînes spécialisées comme étant différentes des chaînes généralistes.

Quant aux intervenants en audience, ils ne représentent pas nécessairement des organisations télévisuelles ayant des intérêts bien identifiés dans ce secteur. On peut retrouver parmi eux des syndicats, des associations de bénévoles, des organismes sans but lucratif ou même des individus. Les positions avancées par ces différents acteurs sont susceptibles d'influencer les décisions du CRTC. Aussi est-il important de les intégrer à ce qui peut être considéré comme étant le *deuxième niveau d'études* du système télévisuel québécois.

Compte tenu du caractère contraignant des décisions du CRTC, qui donnent une orientation très précise à tout le système, il devient alors important d'étudier celles-ci à part, mais de façon à les situer dans l'ensemble du processus ayant mené à leur création. De telles décisions représentent le *troisième niveau d'études* du système télévisuel québécois.

Pour aborder le système télévisuel québécois, on procède donc en trois temps correspondant chacun à un niveau d'études particulier. Dans le premier, on retrouve un cadre institutionnel, fruit d'une évolution importante. Dans le deuxième, des acteurs sociaux de taille et d'intérêts très divergents interagissant les uns envers les autres dans le cadre d'audiences publiques. Le troisième niveau est essentiellement représenté par les décisions du CRTC, qui servent de cadre aux développements subséquents de la télévision québécoise.

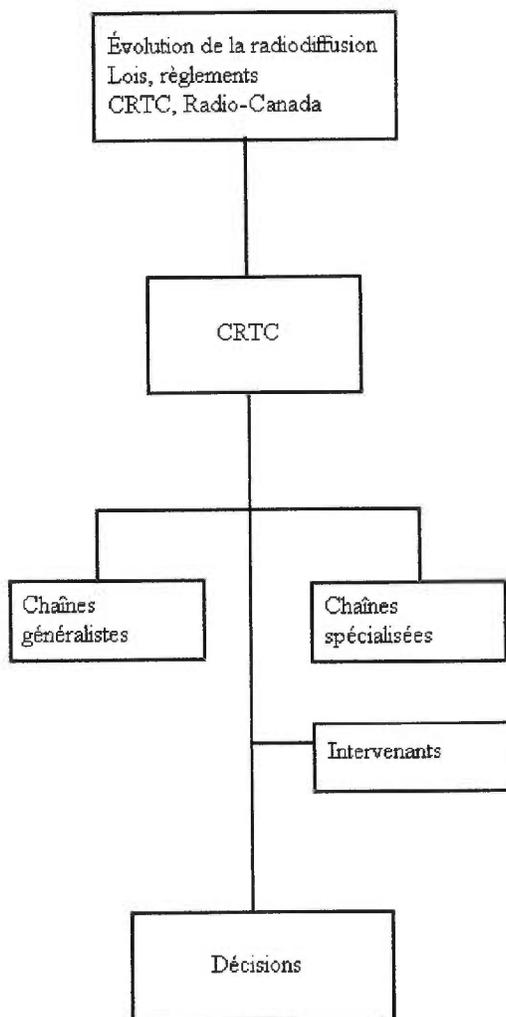
On peut résumer ainsi le système télévisuel québécois:

### Les trois niveaux d'études du système télévisuel québécois

1er niveau:  
le cadre institutionnel

2ème niveau:  
CRTC en interaction avec les  
organisations télévisuelles  
et les intervenants

3ème niveau:  
Décisions du CRTC



En complétant la description des trois niveaux d'études de la télévision québécoise, nous avons désormais les deux instruments nécessaires à l'étude de *l'acteur* et du *système*. Il devient alors important de comprendre, selon les termes utilisés par Catherine Ballé pour résumer l'approche de Crozier et Friedberg, qu'il s'agit d'une approche essentiellement «qualitative», voire même clinique<sup>19</sup>.

Cette approche permet de mettre à jour, pendant la période étudiée, les grandes orientations prises aussi bien par le système proprement dit que les acteurs qui y sont reliés et, croyons-nous, on y parvient au moyen de ces deux grilles qui viennent d'être définies. Les rapports et interactions des organisations entre elles-mêmes et leur environnement représentent une préoccupation importante des sociologues qui étudient les organisations et il vaut la peine de vérifier comment une telle situation a évolué ces dernières années dans le domaine de la télévision<sup>20</sup>.

Enfin, notons qu'une telle approche est fondamentalement axée sur l'étude du pouvoir.

«Toute analyse sérieuse de l'action collective doit donc mettre le pouvoir au centre de ses réflexions. Car l'action collective n'est finalement rien d'autre que de la politique quotidienne. Le pouvoir est sa "matière première".<sup>21</sup>»

Le pouvoir en question, très différent d'un acteur à l'autre, peut être aussi bien de nature économique que politique. S'il s'agit d'un pouvoir économique, on voudra donc, tout au long de cette recherche, définir les intérêts économiques des acteurs, soit les «opportunités» que chacun d'entre eux entend saisir pour afficher davantage de rentabilité. Il faudra essayer de comprendre en quoi les stratégies retenues leur permettent de tirer leur épingle du jeu économique.

Mais les acteurs ne recherchent pas tous avec la même intensité le pouvoir économique. Pour certains d'entre eux, il pourra davantage s'agir d'intérêts politiques axés essentiellement sur l'influence morale et le type de leadership qu'ils entendent exercer sur leur environnement.

Il est maintenant temps, à partir de l'approche qui vient d'être circonscrite, de répondre à la question de départ. L'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise représente la première étape de cette démarche.

---

## RÉFÉRENCES

1. Il y a eu dans le développement récent de la télévision au Canada, deux grandes lois, celle de 1968 (*Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1968) et celle de 1991 (*Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1991). Dans la loi de 1968, les licences ne pouvaient être attribuées que pour une période maximale de cinq ans. Avec celle de 1991, les licences peuvent être attribuées pour une période maximale de sept ans.
2. Le terme de «promesse» est couramment utilisé dans les documents du CRTC. Il s'agit en somme des engagements que toute entreprise requérante doit prendre et qu'elle s'engage à respecter pendant la durée de la licence pour laquelle elle postule. En anglais, toujours dans les documents du CRTC, on utilise l'expression «*Promise of Performance*».
3. *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1967-1968. Un exemplaire de l'original de cette loi n'est plus disponible au bureau du CRTC à Montréal mais cette loi est reprise textuellement dans Peter S. Grant *Recueil législatif sur la radiodiffusion et la télévision par câble*, Toronto, Law Society of Upper Canada, Department of Continuing Education, 1973. Les extraits de la loi de 1968 mentionnés ici proviennent de ce document.
4. Michel Crozier, *op. cit.* p. 286.
5. Il y a eu en 1975 une révision de la loi de 1968 qui a eu notamment pour conséquence de modifier le nombre des commissaires. Avec la loi de 1975, il y avait 9 membres à temps plein et 10 membres à temps partiel. Avec la loi de 1991, il y a 13 membres à temps plein et 6 à temps partiel. Selon ces deux lois, seuls les membres à temps plein sont habilités à voter sur les décisions à prendre. In *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, Ottawa 1975, et *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1991.
6. Charles Perrow, *op. cit.*, p. 173. Traduction de l'auteur.
7. Michel Bellavance, *op. cit.*, chapitre 2, «Les fondements théoriques de l'analyse des politiques et des programmes», p. 53-90.
8. Michel Crozier, *op. cit.*, p. 451-478.
9. Richard W. Scott, *Organizations, Rational, Natural, and Open Systems*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, p.188-200.
10. Paul M. Hirsh, *op. cit.* p. 8-10.
11. Rapport Girard-Peters, *op. cit.*, p. 36.
12. Selon le démographe Charles Castonguay, on ne peut plus dire qu'il y a près d'un million de francophones hors Québec. En tenant compte de la langue d'usage et à partir du catalogue 96-313 de Statistique Canada, on remarque qu'il n'y a plus que 636 640 personnes qui ont le Français pour langue d'usage hors Québec. In « Le tiers des francophones hors Québec se sont anglicisés » *La Presse*, Montréal, le 18 février 1995, p. B 6.
13. Dominique Wolton, *op. cit.* p. 135.

---

14. Une des recommandations du Rapport Juneau repose justement sur l'importance de modifier la Loi sur la radiodiffusion de façon à ce que Radio-Canada puisse établir son siège social à Montréal.

«Le fait que le siège social de la SRC soit situé à Ottawa a toujours été un problème. Les centres de création et de production des réseaux et des régions ont toujours considéré le siège social comme une entité physiquement et psychologiquement éloignée des activités de base de la Société. Cette distance a sérieusement handicapé la direction qu'étaient en mesure d'exercer le président et les cadres supérieurs et elle les a certainement tenus à l'écart des activités de création et de production.» In Rapport Juneau, *op. cit.* p. 117 .

15. Francine Séguin et Jean-François Chanlat, *L'analyse des organisations, une anthologie sociologique. Tome I, Les théories de l'organisation*, Boucherville (Québec) Gaétan Morin éditeur, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, 1983, p. 4-21.

16. Catherine Ballé, *Sociologie des organisations*, Paris, collection Que sais-je, Presses universitaires de France, 1990, p. 111-112.

17. Simon Langlois et al., *La société québécoise en tendances 1960-1990*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1990, p. 464.

18. Le guide annuel des médias., *op. cit.* p. 24.

19. Catherine Ballé, *op. cit.*, p. 101.

20. Charles Perrow, *op. cit.* et Paul M. Hirsh, *op. cit.*, p. 3-12.

21. Michel Crozier, *op. cit.*, p. 25.

# *Chapitre quatre*

## *Le cadre institutionnel de la télévision québécoise*

---

---

**D**ans l'évolution récente de la télévision au Québec, il est indispensable de souligner la très grande importance du CRTC et des lois de 1968 et de 1991 qui déterminent son orientation.

Ces deux lois font du CRTC le grand arbitre de la plupart des décisions reliées à la télévision canadienne. C'est à partir des paramètres définis par la loi que la régie fédérale prend position aussi bien dans les audiences publiques que dans les décisions rendues à la suite de ces mêmes audiences. De leur côté, les organisations télévisuelles et les intervenants s'expriment dans les audiences à partir des paramètres définis par les politiques et règlements du CRTC découlant de l'application de ces lois.

Si l'on veut comprendre les stratégies de développement des différents acteurs du système télévisuel québécois depuis 1986, il devient donc important de définir comment on en est venu à créer ces deux lois de 1968 et de 1991.

## L'évolution de la radiodiffusion au Canada

Le sociologue Seymour Martin Lipset a souligné à quel point le Canada a toujours encouragé, bien plus que les États-Unis, une intervention importante de l'État dans les affaires culturelles, économiques et sociales du pays<sup>1</sup>. En comparant les institutions des deux pays, il a établi que les Canadiens acceptent aussi bien le financement par le gouvernement d'agences gouvernementales dotées de pouvoirs importants que des législations interventionnistes permettant d'orienter dans quelque domaine que ce soit le développement de la société<sup>2</sup>. En fait, l'autorité gouvernementale fait partie de toutes les sphères d'activités de la société canadienne. Une population très dispersée dans un pays à la géographie et au climat souvent difficiles ont facilité cette intervention constante de l'État dans la vie des Canadiens. C'est d'ailleurs ce qui a fait dire à McKenzie King, premier ministre canadien dans les années 30-40, que le Canada avait bien plus de géographie que d'histoire (*«If some countries have too much history, Canada has too much geography»*)<sup>3</sup>. Le désir d'assurer la survivance d'une identité distincte en Amérique du Nord sur une surface aussi étendue a d'ailleurs représenté, dès les débuts du pays, une des «valeurs» canadiennes les plus importantes<sup>4</sup>. C'est ce qui a facilité l'intervention de l'État dans la création des chemins de fer, des canaux de transports, de Radio-Canada, d'Air Canada, d'Ontario Hydro, de Pétro-Canada, etc<sup>5</sup>. Il n'est donc pas étonnant que, dès l'apparition de la radio au Canada, l'intérêt de l'État ait été manifeste.

En 1919, la compagnie Marconi créait à Montréal XWA, la première station de radio au Canada et, en 1922, le journal La Presse créait CKAC. Un peu partout au pays, des stations de radio naissaient. Mais, bien qu'il y eût de plus en plus de stations de radio canadiennes, il était souvent diffi-

cile de les capter de façon satisfaisante car le spectre de fréquences était très mal aménagé. Les stations canadiennes étant en général moins puissantes que les stations américaines, il s'avérait alors plus facile pour une grande partie de la population canadienne de capter les stations situées de l'autre côté de la frontière<sup>6</sup>.

À ce problème purement technique se greffait une dimension plus culturelle. Dès les tout débuts de la radiodiffusion dans les années 1920, la «menace» de l'envahissement culturel américain a représenté un enjeu de la plus grande importance. Non seulement les stations américaines étaient-elles plus faciles à capter, mais les stations canadiennes transmettaient sur leurs ondes un grand nombre d'émissions américaines, car les auditeurs canadiens semblaient grandement les apprécier. Pour beaucoup d'observateurs, le développement de la radiodiffusion canadienne était tout simplement anarchique.

«Mais, alors que les années vingt s'égrenaient, et que les villes les plus modestes se dotaient d'une ou deux stations de radio, les Canadiens sentirent de plus en plus, à travers le nouveau média, la présence américaine. Ce pouvait être directement par des stations américaines situées près de la frontière, ou indirectement, par des stations canadiennes trop souvent enclines à servir de simples relais<sup>7</sup>.»

Une telle situation n'avait rien de surprenant puisqu'on retrouvait pour l'avènement de la radio au pays ce qui s'était passé à la naissance du journalisme au Canada un siècle plus tôt. Dans ce dernier cas, à peu près tous les journaux publiés dans les six provinces de l'Est entre 1752 et 1807 avaient été fondés par des Américains ou des imprimeurs formés par les Américains, ce qui a fait dire à Arthur Siegel que les relations Canada-États-Unis en ce qui a trait aux mass médias trouvent leurs

racines dans les tout débuts du journalisme au Canada<sup>8</sup>. Il était donc «normal» que la radio canadienne naissante se frottât à la radio américaine déjà plus puissante et en pleine expansion.

Toutes sortes de groupes et d'individus, un peu partout au Canada, s'élevèrent contre une telle situation et demandèrent au gouvernement d'intervenir. Un groupe de pression a alors joué un rôle particulièrement important dans les décisions relatives à la radiodiffusion prises à cette époque. Selon le Rapport Caplan-Sauvageau et des chercheurs comme Michel Filion<sup>9</sup> et Marc Raboy<sup>10</sup>, pour bien comprendre l'évolution de la radiodiffusion canadienne depuis ses débuts, il est important de reconnaître la grande influence exercée par la *Canadian Radio League* (*Ligue canadienne de radio*) un groupe de pression dirigé alors par Alan Plaunt et Graham Spry. Ce dernier avait résumé l'approche de la ligue par une formule reconnue par Caplan-Sauvageau comme étant une des plus retentissantes à cette époque:

«C'est l'État ou les États-Unis» («*The State-or the United States*»)<sup>11</sup>.

Une telle situation a poussé le gouvernement conservateur de l'époque à mettre sur pied la Commission Aird chargée d'étudier les problèmes de la radiodiffusion naissante. Cette dernière confirma dans ses études les appréhensions de plusieurs Canadiens. Elle soulignait, dès 1929, que la plupart des émissions de radio écoutées par les Canadiens provenaient des États-Unis. Cette domination des émissions américaines ne pouvait à la longue qu'avoir un effet néfaste sur les jeunes en leur inculquant des valeurs et des idées non-canadiennes<sup>12</sup>. Selon cette logique typiquement «canadienne» de l'intervention de l'État mentionnée précédemment, il n'est donc pas étonnant que, devant de tels

problèmes, la Commission ait recommandé l'étatisation en vrac des quelques douzaines de stations de radio commerciales existant déjà au pays.

Mais si les Canadiens acceptaient et souhaitaient l'intervention de l'État dans un tel domaine, encore fallait-il s'entendre sur le *niveau d'autorité gouvernementale* devant régir cette nouvelle réalité. Dès cette époque, en réaction au rapport Aird, le Québec a voulu avoir voix au chapitre. Le gouvernement québécois d'alors, dirigé par Louis-Alexandre Taschereau, a souhaité créer une loi autorisant le Québec à mettre sur pied ses propres stations de radio et produire des émissions pouvant être diffusées par des stations commerciales. Il est à noter qu'à cet égard le Québec était appuyé par le Nouveau-Brunswick, le Manitoba et la Saskatchewan. Ottawa n'étant pas d'accord, le gouvernement fédéral demanda à la Cour Suprême de statuer sur sa juridiction en ce domaine. En 1931, la Cour Suprême donne raison à Ottawa et cette décision, portée en appel, fût maintenue par le Conseil Privé de Londres en 1932<sup>13</sup>, car, estimait-on, les ondes hertziennes, une réalité non spécifiée dans le traité confédéral de 1867, ne pouvaient voyager d'une province à l'autre<sup>14</sup>. Le Québec allait être exclu pour longtemps de la radiodiffusion.

Le gouvernement fédéral avait désormais les mains libres pour créer la Loi sur la radiodiffusion canadienne, ce qu'il fit effectivement en 1932. Il est à noter que le système de radiodiffusion établi alors répondait dans l'ensemble aux recommandations de la Canadian Radio League. Le gouvernement Bennett de l'époque, bien que d'allégeance conservatrice et identifié à l'entreprise privée, mettait sur pied par cette loi une société publique la *Canadian Radio Broadcasting Commission*

(CRBC) qui devait superviser le développement de la radiodiffusion publique. Les objectifs de la loi étaient très clairs:

«En tout premier lieu, ce pays doit exercer un contrôle de la radiodiffusion qui soit tout à fait canadien, libre d'influence ou d'intervention étrangère<sup>15</sup>.»

Mais la CRBC, dotée alors de ressources nettement insuffisantes, était très dépendante du gouvernement. En dépit des objectifs de la loi et de la générosité des intentions, on ne s'entendait pas sur l'importance respective à accorder à la radiodiffusion publique et privée. On se rendait de plus en plus compte que l'implantation d'un système national de radiodiffusion publique coûtait très cher et que le contexte économique très difficile d'alors, marqué par la grande dépression des années 30, ne pouvait tout simplement pas permettre la réalisation d'un objectif aussi ambitieux<sup>16</sup>. Certains politiciens favorisaient même l'implantation de la radio privée.

La CRBC, en dépit de toutes ces difficultés, amorça quand même la diffusion d'émissions nationales à raison d'une heure par soirée. Pendant cette période de diffusion nationale, on réserva trois heures par semaine à la diffusion en français sur le réseau national, ce qui entraîna chez les auditeurs anglophones des réactions très négatives. Pour éviter de telles critiques, la CRBC se mit à offrir deux programmations différentes. Ainsi, déjà en 1934, la radiodiffusion canadienne desservait deux auditoires, deux marchés et deux publics, mais avec une seule politique, un seul mandat et une seule institution<sup>17</sup>.

Les difficultés d'orientation en matière de radiodiffusion privée et publique, l'absence de ressources suffisantes de même que la question linguistique amenèrent le gouvernement libéral du premier Mi-

nistre McKenzie King à créer une nouvelle loi sur la radiodiffusion en 1936. La ligue canadienne de la radio avait d'ailleurs repris du service pour favoriser l'instauration d'une agence gouvernementale de radiodiffusion et d'une nouvelle loi. Cela fut accompli en 1936 avec une loi créant Radio-Canada, une société de la Couronne ayant pour responsabilités de diffuser en anglais et en français et d'attribuer des licences aux entreprises privées intéressées à compléter le système national de radiodiffusion. Ce faisant, on assurait ainsi la primauté d'un service *public* et *national*, les deux termes devenant équivalents.

Dès sa naissance, la radiodiffusion devenait un instrument du nationalisme canadien.

«Le nationalisme culturel a joué un rôle important dans la création de certaines sociétés de la Couronne. La proximité des États-Unis et le magnétisme irrésistible («*overwhelming magnetism*») que ce pays exerce sur le Canada a favorisé chez ce dernier l'affirmation du maintien d'une culture canadienne unique. On éprouva en même temps des doutes sur l'habileté du seul secteur privé à accomplir un tel objectif. La Société Radio-Canada et d'autres organismes du même genre créés récemment dans l'industrie du film représentent des exemples de sociétés de la Couronne formées pour développer une identité nationale et promouvoir le développement de la communauté<sup>18</sup>.»

Mais si Radio-Canada fut consacrée par la loi comme étant le pilier et le moteur du développement de la radiodiffusion canadienne, les choses se passèrent très différemment dans la réalité. À cause de la géographie du pays et de sa population dispersée, Radio-Canada ne pût tout simplement pas assurer une couverture adéquate d'un océan à l'autre. C'est ce qui explique que la radio privée put se développer. De plus, la position de Radio-Canada s'avéra très délicate puisque la Société, tout en étant producteur et diffuseur, dut attribuer des licences à des entreprises privées. Radio-Canada fut donc à la fois juge et partie et intervint finalement assez peu dans la réglementation et l'attribution de licences. La Société n'hésita pas à établir toutes sortes d'affiliations avec diverses entreprises privées

aussi bien en français qu'en anglais de façon à ce que tous les Canadiens aient accès à une authentique radiodiffusion canadienne.

De son côté, le gouvernement du Québec n'avait toujours pas abandonné ses velléités d'intervention dans le domaine de la radiodiffusion. En 1945, le gouvernement de Maurice Duplessis fit voter une loi visant à créer Radio-Québec, une radio devant être active dans le domaine éducatif, ce dernier étant reconnu de compétence exclusivement provinciale. Mais le gouvernement fédéral menaçait de n'accorder aucune licence à Radio-Québec puisque l'attribution de licences était de son ressort<sup>19</sup>. Le gouvernement du Québec a alors reculé.

Pendant ce temps, la radiodiffusion privée progressa de façon notable.

«L'après-guerre et l'expansion du service ont résulté en une émission accrue de licences privées, accroissant les revenus de la Société sur les droits des licences, mais donnant du même coup au secteur privé une plus grande vigueur. D'ailleurs, l'émergence et la croissance rapide de la télévision exigèrent encore le recours aux stations privées, car les coûts élevés d'installation et de production excéderont bientôt les moyens de la Société Radio-Canada et, dans une certaine mesure, ceux de la société canadienne en général, justifiant en outre l'usage d'émissions étrangères.<sup>20</sup>»

La situation qui avait prévalu au moment où la radio fut créée au Canada s'est donc répétée à la naissance de la télévision canadienne en 1952. La Commission royale d'enquête Massey, qui étudia la radiodiffusion canadienne et les fondations de la télévision naissante de 1949 à 1951, recommanda la confirmation de Radio-Canada comme chaîne nationale de télévision dans les deux langues tout en reconnaissant une sorte de rôle complémentaire à la télévision privée<sup>21</sup>.

Tant pour la radio que la télévision, on affirma le bien-fondé d'une radiodiffusion publique tout en reconnaissant l'existence de la radiodiffusion privée. Par ailleurs, la question étant d'une grande importance, la Commission Massey recommandait qu'il y eût trois ans après la création de la télévision au Canada, une commission royale d'enquête sur la radio et la télévision. On s'inquiétait également au Canada anglais des sommes importantes à déboursier pour le développement de la télévision au pays. Qui devait payer pour un tel développement? Quelles sommes devait-on y consacrer? Qui devait contrôler un tel développement? Pour toutes ces raisons, on mit sur pied en 1955 la Commission Fowler<sup>22</sup>.

Cette dernière souhaita consacrer le statu quo en reconnaissant l'existence d'un système unique avec une composante publique et une composante privée. Elle recommanda également la création d'un organisme de surveillance et de réglementation des radios et des télévisions publiques et privées: le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion (B.G.R.). Cette recommandation modifiait sensiblement la situation puisque, si le gouvernement l'acceptait, la télévision publique perdrait son autorité sur la télévision privée<sup>23</sup>. La Commission Fowler insista également sur l'obligation que devait avoir les radiodiffuseurs privés de produire et diffuser des contenus canadiens de grande qualité pendant que Radio-Canada devait garder toute son importance à titre de radiodiffuseur public. Elle insista sur le caractère vital de l'existence de Radio-Canada en affirmant à quel point elle représentait un élément essentiel et vital de tout le système de radiodiffusion canadien («...*a vital and essential feature of our broadcasting system*<sup>24</sup>»).

Enfin, la Commission nota qu'il était hors de question de forcer les radiodiffuseurs privés à offrir des services en français en dehors du Québec. Seule la Société Radio-Canada pouvait être en mesure de le faire. Certes, cela représentait des déboursés importants, mais la Commission estimait qu'il était important de le faire.

Le gouvernement Diefenbaker de l'époque fut divisé, semble-t-il, au sujet de l'appui à apporter à de telles recommandations<sup>25</sup>. La Ligue Canadienne de la radiodiffusion, toujours dirigée par Graham Spry, intervint encore et insista sur différents aspects devant servir de fondements à la nouvelle politique canadienne de radiodiffusion. Au nombre de ces éléments, on retrouvait notamment une reconnaissance de Radio-Canada comme instrument vital de l'unité canadienne tout en acceptant la présence de stations privées exploitées par des entreprises privées. Il fallait également assurer une réglementation unique tant pour Radio-Canada que les stations privées selon le principe de l'existence d'un système unique. La Ligue insistait également sur la nécessité de créer un bureau d'administrateurs responsable d'un tel système devant le parlement et sur l'importance d'assurer un financement à long terme et adéquat pour Radio-Canada.<sup>26</sup>

Non sans déchirements, le gouvernement conservateur de John Diefenbaker fit adopter la loi de la radiodiffusion en 1958 en s'appuyant sur de tels principes avec, pour différence majeure, l'établissement d'un financement annuel pour Radio-Canada qui, à chaque année, devait se présenter devant le parlement pour obtenir les sommes nécessaires à son fonctionnement<sup>27</sup>. Il est à noter ici que, pendant que Marc Raboy accorde beaucoup d'importance à l'intervention de la Ligue, Frank Peers laisse entendre qu'elle a eu peu d'influence, de telles idées étaient déjà répandues à cette époque<sup>28</sup>.

Quoi qu'il en soit, par cette loi, la radiodiffusion privée et Radio-Canada se retrouvaient sous l'autorité d'un organisme public, le *Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion* (BGR). Cette époque a été relativement difficile pour CBC-Radio-Canada puisque la Société était soumise à plusieurs maîtres. Un comité parlementaire sur la radiodiffusion devait examiner les activités de la Société. Par la suite, la Chambre des communes devait voter les crédits annuels nécessaires à son fonctionnement, ce qui fournissait à plusieurs parlementaires l'occasion de critiquer durement le développement de la Société. Enfin, le gouvernement avait toujours le loisir de se prononcer sur le comportement de Radio-Canada<sup>29</sup>.

Un tel contexte allait favoriser l'émergence d'une notion qui influence encore de nos jours le développement de la télévision canadienne: le contenu canadien. À la suite d'audiences publiques tenues en 1959, le BGR annonça en juillet 1960 l'obligation pour les radiodiffuseurs publics et privés de maintenir un contenu canadien selon des proportions et des règles qui ont été modifiées depuis.

Il était devenu de plus en plus important pour le BGR de favoriser le renforcement d'un contenu canadien, à cause de l'adhésion massive des téléspectateurs canadiens aux émissions américaines.

«Tout au long des années cinquante, les villes canadiennes situées à moins de 75 kilomètres de la frontière américaine prirent peu à peu un cachet bien particulier: les toits de la plupart des maisons s'étaient hérissés d'antennes de télévision pour capter les émissions en provenance de Plattsburg, Buffalo et Bellingham. C'est ainsi que, sans avoir le moins du monde à

livrer bataille, les Américains investirent les salons du Canada, au grand plaisir de ses habitants<sup>30</sup>.»

Les radiodiffuseurs privés canadiens s'étaient mis eux aussi à diffuser avec succès des émissions américaines. Ils pouvaient se les procurer à très bon prix avec l'assurance que les téléspectateurs les apprécieraient en grand nombre. L'opération était donc très rentable.

D'ailleurs, Radio-Canada dût elle aussi se livrer à une telle pratique car la Société n'avait tout simplement pas les moyens de ses ambitions. Elle attirait elle aussi à bon prix de vastes auditoires.

Que ce soit dans les années 50, ou encore plus récemment dans les années 80, les chiffres sont formels: la télévision canadienne publique et privée est littéralement truffée d'émissions américaines.

Provenance des émissions de divertissement  
diffusées par différents types de stations de télévision canadiennes en 1956

STATIONS	PROVENANCE		
	Canada	États-Unis	Autre
CBC (anglais)	34,7%	60,7%	4,6%
Privées (anglais)	32,8%	64,6%	2,6%

Michel Fillion, *op. cit.* p. 157. Les chiffres de ce tableau sont tirés de Dallas Smythe "Basic Tables: Report of Television Program Log Analysis", Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1957. Les données portant sur le Québec ont été exclues de ce tableau. Nous allons y revenir plus loin.

Des données plus récentes confirment de telles tendances.

Écoute des émissions canadiennes  
à la télévision canadienne anglaise de 6h à 2h

	Canadiennes	Étrangères
1984-85	26,7%	73,3%
1985-86	28,7%	71,3%
1986-87	29,1%	70,9%
1987-88	30,9%	69,1%
1988-89	31,6%	68,4%
1989-90	31,2%	68,8%

Rapport du groupe de travail, *Situation économique de la télévision canadienne*, Ottawa, 1991. p. 58. (Étude Girard-Peters). Le tableau présenté ici est tiré de chiffres provenant de l'agence A.C. Nielsen et rapporté par le Service de recherche anglais de Radio-Canada (CBC Research). Les données portant sur le Québec ont été exclues de ce tableau. Nous allons y revenir plus loin.

Dans le premier cas, seules les émissions de divertissement sont considérées. Dans le deuxième, on inclut les émissions d'information et d'affaires publiques qui, elles, sont principalement canadiennes.

Une telle «américanisation» des ondes, conjuguée à l'importance toujours croissante des radiodiffuseurs privés dans les années 60, a favorisé un peu partout au pays l'émergence de critiques portant sur la commercialisation de plus en plus grande de la télévision publique et sur les difficultés de la Société à remplir son mandat.

De plus, à cette époque, les câblodistributeurs prenaient du galon. Au moyen d'antennes situées le long de la frontière, ils acheminaient par câble coaxial dans les foyers qui le souhaitaient ces émis-

sions américaines dont le public canadien était si friand. Les radiodiffuseurs privés se sentirent alors de plus en plus menacés par ces câblodistributeurs qui n'étaient soumis à aucune loi, car seules les organisations télévisuelles exploitant les ondes hertziennes étaient soumises à la loi de 1958.

Enfin, le nationalisme québécois commençait à se faire menaçant aux yeux du gouvernement libéral d'alors, élu en 1962 et 1963, et Radio-Canada devait désormais avoir un mandat de défenseur de l'unité canadienne<sup>31</sup>.

C'est ce qui amena le secrétaire d'État d'alors, Maurice Lamontagne, à créer la Commission Fowler qui, notons-le, n'était pas une commission royale d'enquête mais une sorte de comité consultatif mis sur pied par le ministre. Cette commission, dirigée par Robert Fowler, l'ancien président de la commission royale d'enquête sur la radiodiffusion de 1955, fut créée en mai 1964. Elle soumit son rapport en septembre 1965. Cette commission souligna l'importance de Radio-Canada qui devait exercer une suprématie dans la radiodiffusion canadienne. Par ailleurs, il fallait considérer toute la radiodiffusion au Canada comme étant *un système public* financé à la fois par des fonds publics et privés. Un organisme avec des pouvoirs plus importants que ceux qui étaient impartis au BGR devait voir à l'application d'une telle approche.

De telles idées furent reprises par le Comité parlementaire dirigé alors par Gérard Pelletier et qui fut chargé d'étudier la radiodiffusion, les arts et la culture au Canada. On insista notamment sur l'importance pour Radio-Canada de faire la promotion de l'unité canadienne ce qui, dans la mouvance nationaliste québécoise des années 60-65, devenait prioritaire aux yeux des parlementaires canadiens.

Le gouvernement libéral de l'époque était donc de plus en plus prêt à voter une nouvelle loi de radiodiffusion. Judy Lamarsh, alors Secrétaire d'État et chargée de piloter la loi, avait même déclaré devant le Comité parlementaire responsable de l'étude de la radiodiffusion, le cinéma et les arts que...

«Nous devons nous rappeler que tout organisme ou personne qui reçoit une licence privée ou publique de radiodiffusion utilise d'une certaine façon une ressource publique. Une telle activité ne peut et ne doit s'exercer dans le seul but de faire de l'argent.(...) Jusqu'à maintenant, nous avons laissé le système privé diffuser à sa guise des émissions vraiment idiotes («...*let the private system feed whatever junk it wants to us*»). Nous nous asseyons devant notre appareil de télévision et nous sommes alors hypnotisés et incapables de fermer l'appareil.(...) Il me semble indiscutable que l'élément le plus puissant pour garder ce pays uni ou le voir se déchirer, c'est bien le domaine des communications et plus particulièrement la télévision<sup>32</sup>.»

Après publication d'un livre blanc en 1966, il y eut la *loi sur la radiodiffusion* votée en 1968 par le parlement canadien. Parmi les éléments importants de cette loi, on remarque la création du CRTC, une agence de réglementation dotée...

«...de vastes pouvoirs l'habilitant à accorder des licences, à établir une réglementation détaillée et à imposer des conditions d'exploitation»<sup>33</sup>.

On confiait donc «à un seul organisme public autonome» la «réglementation et la surveillance du système de radiodiffusion» au Canada. Les membres du CRTC, les commissaires responsables, étaient nommés par le gouverneur en conseil<sup>34</sup>. La Société Radio-Canada gardait son propre conseil d'administration, mais était placée sous l'autorité du CRTC. Enfin, le système de radiodiffusion était déclaré «système unique» comprenant des secteurs public et privé possédés et contrôlés effec-

tivement par des Canadiens de façon à «sauvegarder, enrichir et raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada»<sup>35</sup>.

Dans la partie III de cette même loi, la Société Radio-Canada se voyait imposer des conditions de fonctionnement particulières. Par exemple, elle devait offrir, en langue anglaise et française, un service équilibré pour renseigner, éclairer et divertir des personnes de tous âges. Une partie de cette loi lui étant consacrée, on reconnaissait à la Société Radio-Canada sa prépondérance dans le système canadien. Quant au système privé, il devait obéir aux décisions et règlements émis par le CRTC selon les obligations imposées par la loi. On peut donc constater qu'on réservait par cette loi un traitement différent aux deux secteurs de télévision.

Le groupe de travail Caplan-Sauvageau, au sujet de cette loi, a notamment remarqué qu'elle faisait bien peu de cas de la télévision par câble. On intégrait les télédistributeurs au système en soulignant qu'ils faisaient partie des entreprises dites de réception de radiodiffusion. Par ailleurs, contrairement aux secteurs public et privé de télévision, les entreprises de câblodistribution ne se voyaient pas imposer de conditions de fonctionnement<sup>36</sup>.

Mais en ce qui a trait à la propriété des entreprises de câblodistribution, le CRTC fut très actif. À la suite d'un arrêté en conseil en 1969, une entreprise étrangère ne pouvait plus posséder au-delà de 20% des actions votantes d'une entreprise de câblodistribution. Famous Players et CBS notamment, des compagnies américaines propriétaires d'entreprises de câblodistribution au Québec, en Colombie-Britannique et en Ontario, durent donc se retirer de la câblodistribution qui devint alors tout à

fait canadienne et cela allait amorcer l'expansion de compagnies comme Vidéotron. Le CRTC a surveillé de très près la mise en application de cet arrêté en conseil au moment d'attribuer des licences aux entreprises de câblodistribution et a ainsi grandement contribué à cette «canadianisation» de la câblodistribution<sup>37</sup>.

Le Québec, toujours exclu d'un tel domaine, ne pouvait tolérer une telle absence. La poussée nationaliste des années 60 entraîna le gouvernement du Québec à réactiver la loi de 1945 créant Radio-Québec et, cette fois, une véritable structure de télévision éducative dotée d'un budget fut mise sur pied. Cette loi fut modifiée en 1969 pour permettre la création de l'Office de la radio-télévision du Québec (l'ORTQ)<sup>38</sup>. Le Québec était désormais doté d'une télévision éducative.

De son côté, dans le but d'intégrer davantage les nouvelles technologies et la radiodiffusion, le gouvernement canadien créa en 1970 le Ministère des Communications, chargé de superviser tous les aspects techniques de la gestion du spectre de fréquences et des éléments techniques de la radiodiffusion. Aux yeux du gouvernement canadien, il ne fallait pas oublier que les entreprises de câblodistribution servaient d'abord et avant tout de relais à ces émissions américaines tellement appréciées par le public canadien. Le câble, *canadien* de son état, connaissait une expansion remarquable à cause des émissions *américaines* qu'il véhiculait. Une telle situation allait entraîner des conflits continuels entre radiodiffuseurs et câblodistributeurs. Pendant que les radiodiffuseurs étaient obligés de produire et diffuser en grande quantité divers contenus canadiens, les câblodistributeurs pouvaient se contenter d'importer massivement des émissions américaines.

En 1976, le CRTC se voyait, par une nouvelle loi reprenant les grands aspects de celle de 1968, confirmé dans ses orientations. Il avait en plus des responsabilités supplémentaires en télécommunications et le nombre de ses commissaires était augmenté<sup>39</sup>. Par la suite, le gouvernement fédéral essaya de façon étendue d'intégrer la radiodiffusion et les télécommunications, mais les provinces, notamment le Québec, s'y opposèrent estimant qu'il y avait là ingérence en matière culturelle, un domaine strictement provincial. Le gouvernement fédéral n'alla pas plus loin.

Au milieu des années 70, les nouvelles technologies étant de plus en plus présentes dans le paysage audio-visuel canadien, le gouvernement fédéral créa le comité Clyne chargé d'examiner l'impact des nouvelles technologies sur la souveraineté canadienne. De son côté, la Commission Applebaum-Hébert devait étudier tous les aspects de la culture et les politiques à implanter en ce domaine. Au nombre des préoccupations de cette commission, on retrouvait la radiodiffusion. Parmi les recommandations de ces deux rapports, on note l'insistance sur l'implantation d'un fonds de développement aux producteurs canadiens de façon à faciliter la création et la production d'un plus grand nombre d'émissions canadiennes. De telles recommandations ont amené la création de la *Société de développement de l'industrie canadienne du cinéma*, qui allait devenir plus tard *Téléfilm Canada*.

À cette époque, la situation évoluait rapidement. D'une part, il y avait explosion des chaînes de télévision aux États-Unis et, d'autre part, divers gouvernements provinciaux favorisaient la création d'une télévision éducative qu'ils estimaient relever de leur compétence. Quant au public canadien, il se montrait plus entiché que jamais d'émissions américaines. Devant une telle situation, le CRTC

tenta par un ensemble de décisions de limiter l'expansion des entreprises de télédistribution tout en imposant des règles strictes de contenu canadien aux télédiffuseurs privés et publics<sup>40</sup>.

En 1983, le ministère des Communications publia un document d'une grande importance intitulé *Vers une nouvelle politique nationale de la radiotélédiffusion*, allant à contre-courant de ce que le CRTC avait toujours prôné<sup>41</sup>. Bien que le CRTC ait toujours voulu limiter l'expansion de la câblodistribution, on insistait dans ce document sur l'importance de favoriser son expansion. Le câble devait devenir «l'instrument de choix» pour offrir aux Canadiens un choix accru d'émissions et de services de toutes sortes. Le document insistait également sur les avantages de l'existence d'un fonds de développement de production d'émissions canadiennes, toujours dans le but de favoriser une offre accrue d'émissions canadiennes au public. Selon le groupe de travail Caplan-Sauvageau, il y a eu là une opposition marquée entre le ministère des Communications et le CRTC:

«La nouvelle stratégie portait également en elle les questions qui, durant quinze ans, avaient opposé le CRTC et le gouvernement fédéral, représenté par le ministère des communications, au sujet de la politique de la radiodiffusion. Le ministère des Communications favorisait le développement de nouvelles technologies, dans des domaines comme les satellites de communications. (...) Le CRTC, quant à lui, fidèle en cela à son mandat, accordait la priorité à la programmation et aux radiodiffuseurs canadiens.<sup>42</sup>»

Le Canada, à l'instar d'autres pays comme la France<sup>43</sup>, entamait donc au début des années 80 un débat sur l'importance de multiplier grandement les sources de diffusion en matière de télévision plutôt que de favoriser le seul maintien des chaînes existantes. À cet égard, il s'agit bel et bien de ce même débat caractérisé par ce que Dominique Wolton a qualifié de déterminisme technique de la télévision et que nous avons résumé au tout début de notre recherche<sup>44</sup>.

## Une institution en soi: la Société Radio-Canada

En accomplissant ce très rapide survol de l'évolution de la radiodiffusion au Canada, on a pu évidemment remarquer le statut spécial accordé à la Société Radio-Canada. Certes, depuis 1968, le CRTC représente l'acteur le plus important de la réalité télévisuelle puisque, avec les lois de 1968 et de 1991, il est le seul organisme public autonome chargé de l'application de ces lois. Mais, nous l'avons vu, il existe au Canada une longue tradition d'appui à la télévision publique créée bien avant que le CRTC ne vienne au monde<sup>45</sup>.

Radio-Canada est une Société de la Couronne. Cela signifie qu'elle est une entreprise au sens classique du terme. Selon les cas, une société de la Couronne peut avoir un mandat de nature culturelle, financière ou industrielle mais elle appartient à l'État<sup>46</sup>. Une société de la Couronne est placée sous la supervision d'un conseil d'administration, mais à distance prudente (*«at arm's length»*) d'un contrôle gouvernemental<sup>47</sup>.

Le législateur, en créant la loi de 1968 puis celle de 1991, a bien pris soin de définir le statut de Radio-Canada dans l'ensemble télévisuel canadien. Par exemple, dans les lois de 1968 et de 1991, la Société est reconnue comme entreprise publique de radiodiffusion et le CRTC ne peut annuler une licence de la Société<sup>48</sup>. De plus, si le CRTC souhaite imposer des conditions précises de renouvellement à Radio-Canada et si cette dernière en fait la demande, le CRTC et la Société doivent se consulter AVANT que la décision ne soit rendue.

Enfin, si la Société n'est pas d'accord avec les conditions avancées par le CRTC, elle peut soumettre ces conditions à l'examen du ministre. Ce dernier, après avoir consulté les deux organismes, donne des instructions écrites que le CRTC doit suivre.

Il appartient au CRTC de définir les grandes lignes du système de radiodiffusion canadien à partir des exigences de la loi, mais Radio-Canada a une très grande autonomie dans son propre développement vis-à-vis de ce dernier. Les organisations télévisuelles privées n'ont évidemment pas de tels pouvoirs face au CRTC. Si on ajoute à cela l'importance du financement public dont la Société est l'objet, on doit considérer Radio-Canada comme étant une organisation télévisuelle plus importante que *TOUTES* les autres. On retrouve donc ici une première hiérarchisation des différents acteurs sociaux participant à des audiences publiques.

## **La stratégie canadienne en matière de télévision**

Le développement de la radiodiffusion canadienne, on vient de le voir, s'est donc articulée autour de sept grands paramètres:

1. Le magnétisme exercé par la télévision américaine sur le public canadien à partir du début des années 50 précédé par une attirance tout aussi forte de la radio américaine sur les Canadiens à partir des années 20 a poussé les autorités canadiennes à établir toute une série de mesures pour lutter contre ce que plusieurs intellectuels canadiens ont appelé l'envahissement culturel américain.

2. La chose était d'autant plus importante pour le gouvernement canadien que cela lui permettait d'affirmer son autorité dans le domaine de la radiodiffusion au détriment des provinces en général et du Québec en particulier.
  
3. L'État canadien est donc fortement intervenu dans le secteur de la radiodiffusion. Il était d'ailleurs dans le cours normal des choses qu'il en fût ainsi puisque, au nombre des grandes valeurs canadiennes, on remarque un appui réel de la population à la présence de l'État dans sa vie quotidienne, ce qui représente une tendance tout à fait opposée à ce que l'on peut observer aux États-Unis. Dans un tel contexte, la création d'une société de la Couronne comme Radio-Canada était inévitable.
  
4. Le Canada est un pays vaste et sa population dispersée. On s'est vite rendu compte qu'une radiodiffusion publique bien que souhaitable et désirable, s'accordait mal avec la dure réalité des coûts trop élevés que la réalisation d'un tel objectif représentait pour l'État canadien. La radio et la télévision privées ont donc pu se développer. Cela étant accepté, on a toujours reconnu un statut privilégié à Radio-Canada. Le législateur a imposé des responsabilités et des privilèges à la Société sans commune mesure avec ce que l'on exigeait de la radiodiffusion privée. On a donc favorisé l'expansion d'un système unique doté d'une composante publique et d'une composante privée.
  
5. Le CRTC, l'agence régulatoire créée par le gouvernement fédéral à la suite des opinions et avis émis par les divers groupes et commissions qui s'étaient penchés sur la situation, a insisté sur

l'importance du contenu canadien à la fois pour Radio-Canada et la télévision privée. De plus, le CRTC a surveillé de près le fait que les organisations télévisuelles privées devaient, d'abord et avant tout, appartenir à des intérêts canadiens.

6. Comme autre moyen de favoriser une radiodiffusion canadienne plus forte, l'idée d'augmenter le nombre de chaînes pour contrebalancer l'influence américaine s'est manifestée au début des années 80. Il est important de souligner qu'une telle notion provenait d'un ministère à orientation technique qui, c'était dans son mandat, devait se préoccuper davantage de la technique que du contenu.
7. Enfin, bien qu'il s'agisse d'un élément «secondaire» de développement de la radiodiffusion canadienne, on remarque que le Québec a insisté à divers moments de son histoire pour voir sa compétence reconnue dans le domaine. En dehors de la création de Radio-Québec, une télévision éducative, son action fut, c'est le moins que l'on puisse dire, toujours limitée.

Tels sont donc les paramètres de développement de la télévision canadienne. Les autorités gouvernementales et divers organismes comme la *Canadian Radio League* ont constamment évolué à partir de telles préoccupations. La télévision québécoise a donc dû se développer au milieu des années 80 selon une telle orientation. On peut alors se demander s'il convient d'interpréter le développement de la télévision québécoise selon de tels paramètres. Les recherches récentes nous montrent bien qu'il n'est plus approprié de le faire.

## La télévision québécoise fait-elle partie d'un système unique?

De ce qui précède, on peut facilement conclure qu'on n'a tout simplement pas tenu compte de la spécificité de la télévision québécoise jusqu'au milieu des années 80. Dans la loi de 1968, par exemple, on retrouve formellement l'affirmation d'un «système unique» s'étendant d'un océan à l'autre et composé d'éléments publics et privés diffusant dans les deux langues<sup>49</sup>.

Le groupe de travail Caplan-Sauvageau a amorcé au milieu des années 80 une réflexion montrant justement que la télévision québécoise représentait une entité propre s'étant développée selon ses propres paramètres.

«...il s'est effectivement édifié au Québec un système qui a ses propres rites, son histoire, ses programmes, son auditoire, ses problèmes.<sup>50</sup>»

L'une des différences fondamentales entre les télévisions canadienne et québécoise, nous y avons fait référence précédemment, repose sur l'attrait que les programmes américains exercent sur les téléspectateurs canadiens. Pendant que les téléspectateurs des stations anglaises au Canada consacrent 71% de leur temps d'écoute à des émissions *étrangères*, (un qualificatif bien pudique pour des émissions de toute évidence *américaines*), les téléspectateurs des télévisions francophones consacrent 68% de leur temps d'écoute à des émissions *québécoises*<sup>51</sup>.

Des habitudes d'écoute aussi différentes entre les sociétés de langue anglaise et de langue française renvoient forcément au développement lui-même des deux télévisions. Le groupe de travail Caplan-

Sauvageau a été très précis là-dessus. Il suffit de reprendre l'évolution de la radiodiffusion canadienne pour constater à quel point la radiodiffusion québécoise a été négligée.

Par exemple, l'envahissement culturel américain n'a pas joué de la même façon au Québec qu'au Canada. Ainsi dans les années 30, pendant que 42% de la programmation radio des stations d'Ontario était d'origine américaine, on ne retrouvait à CKAC, la seule station vraiment importante de radio au Québec, que 7% de programmation américaine<sup>52</sup>.

La même situation s'est répétée au moment où la télévision s'est développée dans les deux sociétés. Si on reprend les mêmes tableaux que précédemment, en y ajoutant cette fois les données sur le Québec, on retrouve des habitudes d'écoute radicalement différentes entre les publics anglophone et francophone.

Provenance des émissions de divertissement  
diffusées par différents types de stations de télévision canadiennes en 1956

STATIONS	PROVENANCE		
	Canada	États-Unis	Autre
CBC (anglais)	34,7%	60,7%	4,6%
Privées (anglais)	32,8%	64,6%	2,6%
SRC (français)	82,6%	1,6%	15,8%
Privées (français)	68,6%	17,2%	14,2%

Michel Filion, *op. cit.*, p. 157. Les chiffres de ce tableau proviennent des données que l'on retrouve in Smythe Dallas "Basic Tables: Report of Television Program Log Analysis", Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1957. À noter qu'il s'agit très exactement du même tableau que présenté précédemment si ce n'est que nous y avons ajouté les données portant sur la télévision québécoise.

Pendant donc que la *Canadian Radio League* insistait sur la défense d'une radiodiffusion authentiquement canadienne, la radio québécoise d'abord puis la télévision ensuite se sont développées à leur rythme, loin des supposés dangers dénoncés par la Ligue.

La situation ne devrait d'ailleurs pas surprendre. Dans les débuts de la télévision, Radio-Canada n'a tout simplement pas eu le choix. Le public québécois, à cause de son histoire et de sa langue, ne s'intéressait tout simplement pas aux émissions de la télévision américaine ou canadienne-anglaise. Il allait de la survie de Radio-Canada d'offrir à son public des émissions adaptées à ses goûts. C'est ce qu'elle fit avec sa station principale à Montréal: CBFT.

«CBFT diffuse donc largement la proportion requise d'émissions canadiennes quand bien même le voudrait-elle qu'elle ne pourrait agir autrement. C'est faire de nécessité vertu.<sup>53</sup>»

D'ailleurs, la Société Radio-Canada elle-même a reconnu le caractère original de son intervention au Québec.

«...dès le début de la télévision dans la province de Québec, Montréal devint un centre de production très important. La majorité de la population étant de langue française, il fallait lui donner des émissions d'une facture correspondant à ses caractéristiques ethniques<sup>54</sup>»

De son côté, le Comité fédéral provincial Masse-Bertrand, créé en décembre 1984 pour étudier l'avenir de la télévision francophone à la suite du «beau risque», reconnaissait les grandes différences entre les télévisions francophone et anglophone au Canada<sup>55</sup>.

Les données plus récentes confirment cet écart. Reprenons le tableau présenté à la page 86 auquel nous ajoutons cette fois les données portant sur la télévision de langue française.

Écoute des émissions canadiennes aux télévisions anglaise et française  
(De 6h à 2h)

	Télévision française		Télévision anglaise	
	Émissions canadiennes	Émissions étrangères	Émissions canadiennes	Émissions étrangères
1984-85	66,8%	33,2%	26,7%	73,3%
1985-86	66,3%	33,7%	28,7%	71,3%
1986-87	66,7%	33,3%	29,1%	70,9%
1987-88	72,9%	27,1%	30,9%	69,1%
1988-89	76,4%	23,6%	31,6%	68,4%
1989-90	73,9%	26,1%	31,2%	68,8%

Rapport du groupe de travail, *Situation économique de la télévision canadienne*, Ottawa, 1991. p. 58. (Étude Girard-Peters). Il s'agit du même tableau que celui de la page 86 auquel on a simplement ajouté les données portant sur la télévision de langue française et dont nous n'avions alors pas tenu compte.

Le groupe de travail Caplan-Sauvageau dont les recherches ont pavé la voie à la loi de 1991 a pu conclure de façon fort officielle que...

«...il n'est plus pertinent de perpétuer le mythe du système unique de radiodiffusion au Canada. Il suffit pour s'en convaincre de constater les écarts importants entre les façons dont fonctionnent les services de radiodiffusion dans nos deux langues officielles. Les généralisations qui ont porté sur le système de radiodiffusion concernent en vérité, et comme nous l'avons constaté maintes et maintes fois, le système de langue anglaise. Il y a tout un monde de différence entre la radiodiffusion au Québec et à l'extérieur du Québec.<sup>56</sup>»

Mais, en 1985, à la veille de l'augmentation des chaînes au Québec, la loi de 1991, qui mettait de côté la notion de système unique tout en reconnaissant pour la première fois au pays les différences entre les télévisions francophone et anglophone, n'existait toujours pas. Comme nous le verrons plus loin, dans ses avis et décisions à venir, le CRTC allait montrer qu'il n'avait toujours pas compris cette réalité d'une télévision double au Canada.

## **Le CRTC: une agence régulatoire canadienne**

Nous sommes maintenant davantage en mesure de comprendre le cadre institutionnel à l'intérieur duquel s'est fait le développement de la télévision québécoise à partir du milieu années 80. Cependant, pour bien compléter le tableau, il faut tenir compte d'un dernier élément susceptible d'influencer les stratégies des divers acteurs du système télévisuel québécois. Il s'agit ici du statut même du CRTC à titre d'agence régulatoire canadienne.

Les États modernes n'hésitent pas à confier l'administration des problèmes courants de la société à des bureaucraties. Le législateur préfère éviter la gestion courante de tels problèmes, toujours très complexes et nécessitant des solutions auxquelles on ne peut parvenir que par tâtonnement.

En s'appuyant sur des bureaucraties, les gouvernements évitent d'avoir à trouver des solutions pour des problèmes qui, avant qu'ils se présentent, étaient difficilement prévisibles. En créant des agences gouvernementales, ils n'ont plus à prendre des décisions pouvant être impopulaires<sup>57</sup>.

Au fil des ans, les problèmes devenant de plus en plus complexes, les organisations gouvernementales ont pris une importance considérable. Leurs interventions ont pris un caractère hautement politique. C'est d'ailleurs ce que les observateurs remarquent au sujet de la FCC, l'agence américaine régissant la radiodiffusion aux États-Unis.

«Lorsque la FCC exerce son autorité discrétionnaire en établissant les critères qui lui permettent de décider du nombre de stations de télévision pouvant exister dans chaque partie du pays, il est évident qu'elle se trouve à créer une politique nationale de communications<sup>58</sup>.»

Les bureaucraties ne sont jamais semblables les unes aux autres puisque leur champ d'expertise est très différent de l'une à l'autre. Le service qu'elles rendent représente forcément un monopole et elles doivent absolument obéir aux lois les ayant fait naître<sup>59</sup>. C'est ce qui explique qu'elles développent au fil des ans un sens aigu de la mission à accomplir. Cela fait naître chez elles une culture organisationnelle susceptible de les empêcher de s'adapter à des conditions extérieures changeantes<sup>60</sup>.

À cet égard, l'action d'un organisme comme le CRTC est très difficile à évaluer aussi bien pour lui-même que pour les autres acteurs, puisqu'il évolue dans un domaine aux résultats difficilement quantifiables<sup>61</sup>. Wilson caractérise un tel type d'organisme «d'agence axée sur la coordination et la supervision» («*coping agency*») par opposition à des organisations gouvernementales davantage axées sur la production (par exemple les Postes), sur les procédures (l'armée en temps de paix) ou sur le rendement (l'armée en temps de guerre)<sup>62</sup>.

En fait, une grande partie du travail d'une agence gouvernementale comme le CRTC consiste à faire des énoncés de politique. Rourke souligne à ce sujet le caractère hautement artisanal d'un tel travail («...*much of policy making in the modern state is experimental*»<sup>63</sup>). En s'inspirant des écrits de Herbert Simon, Rourke rappelle que les décisions d'une agence gouvernementale, la plupart du temps, sont non programmées, c'est-à-dire basées sur des situations nouvelles pour lesquelles il n'y a pas forcément de précédent. Cela rend donc le travail d'une agence gouvernementale plus difficile et le législateur a tout intérêt à se tenir le plus loin possible de la résolution de tels problèmes. C'est d'ailleurs une autre des raisons ayant favorisé la naissance des agences gouvernementales. Selon Sabatier, le législateur a voulu éviter « de se mouiller ». C'est un peu comme si, au moment de créer une agence gouvernementale, on disait à cette dernière: «voici le problème, maintenant, débrouillez-vous!» («*here's the problem, deal with it!*»)<sup>64</sup>. De plus, devant des problèmes relativement complexes, on a préféré les confier à des experts plus susceptibles de prendre les décisions nécessaires dans un climat de neutralité.

Cela étant, il n'y a pas, comme tel, dans les grandes administrations publiques, un modèle rationnel de décision au sens où Herbert Simon l'entendait<sup>65</sup>. Les administrateurs de ces organismes publics vont prendre des décisions satisfaisantes plutôt qu'optimales. Voilà pourquoi ils insistent pour négocier, font montre de beaucoup de flexibilité et souhaitent que, à la longue, les problèmes se règlent<sup>66</sup>.

Rourke ajoute même que les agences de réglementation reflètent les valeurs et les intérêts des organisations qu'elles doivent superviser. A-t-on déjà vu, souligne-t-il, une agence régulatoire en agriculture prendre des décisions susceptibles de nuire aux divers groupes d'agriculteurs placés sous sa supervision?<sup>67</sup>

Cette critique, surtout formulée aux États-Unis, n'a cependant pas été retenue. Sabatier affirme notamment qu'il existe plusieurs cas où des agences de réglementation aux États-Unis ont pris des positions allant à l'encontre des intérêts des organismes supervisés tout simplement parce que divers groupes de pression avaient réussi à faire valoir l'intérêt public<sup>68</sup>. Il ajoute finalement que cette affirmation de l'agence régulatoire captive de sa clientèle n'a finalement jamais été vraiment prouvée.

On peut probablement conclure que les remarques précédentes valent aussi bien pour les agences américaines que canadiennes. Par ailleurs, il est important de reconnaître les différences fondamentales de tels organismes d'un pays à l'autre. Au Canada, les agences régulières n'ont pas le même statut qu'aux États-Unis et en Grande-Bretagne, par exemple. Dans ce dernier cas, il s'agit de tribunaux administratifs fonctionnant d'une façon quasi-judiciaire. Aux États-Unis, les agences représen-

tent des tribunaux indépendants pour lesquels cette même indépendance est de la plus grande importance. Au Canada, on navigue entre les deux approches<sup>69</sup>.

La sacro-sainte indépendance des agences américaines est d'ailleurs très discutable. Sur papier, les agences américaines sont plus «indépendantes» que leurs consœurs canadiennes<sup>70</sup> mais, dans la réalité, les manœuvres politiques de toutes sortes seraient monnaie courante aux États-Unis<sup>71</sup>. Nicholas Johnson, l'ancien commissaire de la FCC, l'agence régulatoire américaine du câble, de la radio et de la télévision a notamment déclaré que...

«...à l'avenir, lorsque les étudiants en droit et en sciences politiques voudront observer le plus mauvais processus de décision qui soit, lorsqu'ils voudront constater qu'une industrie donnée peut dominer le gouvernement, lorsqu'ils voudront vérifier s'il est vrai que le Président peut intervenir dans les opérations courantes d'une agence responsable devant le Congrès, ils n'auront qu'à étudier un cas classique: celui dans lequel la FCC a voulu régler l'interminable *saga* de la télévision par câble...»<sup>72</sup>

Les interactions entre la FCC elle-même, l'industrie supervisée, les groupes de citoyens reliés à des Églises, les cours de justice et la Maison-Blanche sont, semble-t-il, fréquentes<sup>73</sup>.

Au Canada, après observation, on remarque que les agences de réglementation sont, somme toute, véritablement indépendantes. L'agence canadienne est placée sous la responsabilité générale du Parlement et d'un ministre. Mais en ce qui a trait à ses énoncés de politiques et ses décisions quotidiennes, elle possède une très grande marge de manœuvre.

«Un des éléments les plus importants du contrôle parlementaire des agences de réglementation repose sur le fait que le Parlement, le Cabinet et les ministres individuels définissent des politiques générales ("*general policies and guidelines*") mais doivent rester à distance prudente ("*at arm's length*") des opérations quotidiennes.<sup>74</sup>»

Les pouvoirs d'une agence régulatoire canadienne sont très grands. Ses décisions, pour lesquelles il n'y a pas d'appel ou encore un droit d'appel limité, ont un impact économique important et, enfin, sa conduite quotidienne n'est pas soumise au gouvernement<sup>75</sup>.

Les membres des agences régulatrices, appelés commissaires, sont nommés par le gouverneur en conseil. Ils sont donc nommés sur consultation par le ministre responsable qui recommande sans doute des personnes en accord avec ses vues. Les nominations sont valables pour une période de temps importante (de cinq à sept ans) et les personnes choisies ne peuvent être relevées de leur fonction que «pour cause». En conséquence, la possibilité que le ministre responsable ou toute autre personne du gouvernement tente d'influencer les décisions des commissaires est fortement réduite. Le favoritisme dans les agences régulatrices, selon Kernaghan et Siegel, est d'ailleurs beaucoup moins répandu qu'on ne le croit<sup>76</sup>.

Il est exceptionnel qu'une cour de justice *modifie* une décision d'une agence de réglementation au Canada. Si un cas lui est soumis, la cour pourra reconsidérer *le processus* qui a mené l'agence à prendre une telle décision mais non *les fondements* ou *les raisons* motivant sa décision<sup>77</sup>.

Notons enfin que les divers gouvernements canadiens ont reconnu le bien-fondé des agences régulatrices. Ces dernières doivent faire montre de connaissances approfondies et spécialisées face aux situations très complexes qu'elles doivent affronter quotidiennement. S'il fallait recourir à des cours de justice pour rendre de telles décisions, cela serait beaucoup plus long et il en coûterait beaucoup

plus cher, un organisme indépendant pouvant prendre une décision beaucoup plus rapidement que ne le ferait une cour de justice<sup>78</sup>.

Les commissaires prennent les décisions collectivement et ils sont souvent nommés selon leur provenance géographique, cette tradition étant d'ailleurs tout à fait respectée au CRTC<sup>79</sup>. Kernaghan et Siegel insistent sur le fait qu'une agence comme le CRTC a des pouvoirs quasi judiciaires et possède une très grande indépendance d'action face au gouvernement<sup>80</sup>.

Toujours selon Kernaghan et Siegel, les agences régulatrices au Canada sont essentiellement des appareils bureaucratiques chargés de l'application de lois relativement précises. Le processus de prise de décision d'une agence comme le CRTC se fait selon des règles de justice naturelle basées sur deux principes très simples: il faut écouter l'autre partie (*audi alteram partem*) et personne ne peut être juge de sa propre cause (*nemo iudex in sua causa debet esse*)<sup>81</sup>.

Un tel processus permet d'écartier l'arbitraire et d'éviter d'éventuelles interventions gouvernementales. On peut même lui attribuer une certaine valeur «démocratique», mais il comporte un inconvénient majeur: il est très difficile aux citoyens et consommateurs d'intervenir, car cela nécessite des ressources et des connaissances accessibles aux seules organisations bien constituées.

«Parce qu'un administrateur (d'une agence régulatrice) doit baser sa décision sur les données les plus complètes qui soient, toute personne qui souhaite influencer une telle décision devra fonder ses arguments (au moins en partie) sur les mêmes critères hautement techniques.<sup>82</sup>»

Kernaghan et Siegel reprennent à cet égard l'exemple bien connu d'un individu qui ne voudra pas s'opposer plus qu'il ne le faut à une simple hausse de cinquante cents de sa facture mensuelle de téléphone. Par ailleurs, la compagnie de téléphone en question sera prête à consacrer à cette hausse des sommes et des énergies considérables puisqu'une décision favorable lui rapportera des millions de dollars<sup>83</sup>.

### **Les régies canadiennes: des appareils bureaucratiques peu soucieux des réalités régionales?**

Caroline Andrew et Réjean Pelletier ont fait une recherche comportant des données très intéressantes sur les agences de réglementation au Canada. On confirme notamment qu'on n'y retrouve que peu de politiciens, les commissaires étant surtout des fonctionnaires de carrière<sup>84</sup>. Si les agences américaines sont composées presque exclusivement d'avocats, on peut affirmer que les agences canadiennes sont surtout composées de fonctionnaires de carrière affichant un certain dédain pour les politiciens<sup>85</sup>. Leur processus de nomination semble s'apparenter à ce que les anglophones appellent le «*old-boy network*». Enfin, certain d'entre eux, en moins grand nombre toutefois que les fonctionnaires de carrière, proviennent de l'industrie réglementée et ont tendance à se voir comme étant les gardiens ou les surveillants («*watchdogs*») de cette dernière. D'ailleurs, toujours selon cette recherche, les commissaires s'estiment compétents et ne croient pas représenter d'intérêts particuliers.

Le fait de travailler dans une telle structure amène les commissaires et tout le personnel qui leur est rattaché à ne considérer qu'une sorte de plan d'ensemble («*grand design*») valable à la grandeur du

pays. Les problèmes sont analysés selon des critères nationaux («*national standards*») et les commissaires ont peu de considération pour des phénomènes régionaux pourtant très importants dans la vie sociale, politique et économique du Canada<sup>86</sup>.

Il est difficile, pour ne pas dire impossible, d'évaluer si le fait que les commissaires canadiens soient nommés pour une période de temps relativement longue (de cinq à sept ans au CRTC) en comparaison de leurs collègues américains (nommés selon les époques pour 3 ou 5 ans) représente un avantage ou un inconvénient. On pourrait toujours remarquer qu'un long mandat permet aux commissaires de développer des compétences dans un secteur donné et de mieux connaître leurs dossiers. Par ailleurs, on pourrait ajouter également que cela est susceptible d'entraîner chez eux une absence de dynamisme et une certaine inertie dans le traitement des problèmes<sup>87</sup>.

-----

Avant, donc, d'aborder l'étude des audiences publiques portant sur l'augmentation des chaînes de télévision au Québec, il nous apparaît utile de résumer certain des éléments que nous avons recueillis.

1. Le développement de la radio-télévision au Canada a représenté dès ses débuts un instrument de nationalisme canadien. Il suffit d'évoquer les nombreuses lois et les structures de toutes sortes que son évolution a entraînées. Que ce soit pour affirmer la présence canadienne en face du géant américain ou encore pour lutter contre l'intervention des provinces dans un tel domaine, les autorités fédérales sont constamment intervenues

par des lois et des créations de commissions d'enquête ou d'organismes pour affirmer la suprématie canadienne dans le secteur. Pour fins de comparaison, on remarque que les autorités américaines ont été moins préoccupées par les structures puisque le Communications Act et la FCC, l'organisme chargé de l'application de cette loi, ont été créés en 1934 et n'ont pas beaucoup varié depuis.<sup>88</sup>

2. Dès les débuts de la radio et de la télévision, les organisations privées ont manifesté un dynamisme réel, accentué par l'incapacité des autorités canadiennes à assurer un développement complet de la radiodiffusion publique canadienne à la grandeur du pays. Une telle situation a entraîné l'existence d'une composante privée et d'une composante publique en radiodiffusion. En ce qui a trait à la composante publique, on lui a reconnu un statut spécial bien établi dans les diverses lois depuis 1932.
3. On a fort peu tenu compte des différences majeures entre les radiodiffusions canadienne et québécoise. Par ailleurs, de telles différences ont commencé à être reconnues au milieu des années 80.
4. L'organisme chargé de l'application de la loi au Canada et, par conséquent, responsable de l'augmentation des chaînes au Québec, est essentiellement un appareil bureaucratique indépendant doté d'une vision nationale et probablement peu soucieux des réalités régionales.

5. Le public, matière première de la télévision, compte tenu de la nature même du CRTC et du processus de consultation des audiences publiques, qui est très technique, n'est pas porté à intervenir.

On peut alors se poser toutes sortes de questions sur l'importance des interventions d'organismes comme la Canadian Radio League et de son fondateur Graham Spry, reconnu comme étant un des pères de la radiodiffusion au Canada<sup>89</sup>. Pendant que Marc Raboy insiste sur la contribution majeure d'un tel organisme au développement de la radiodiffusion canadienne<sup>90</sup>, Michel Fillion, tout en reconnaissant son importance au Canada, insiste sur l'absence totale de représentativité pour le Québec de ce regroupement de notables anglophones<sup>91</sup>. De son côté, Frank Peers, comme nous l'avons déjà souligné, laisse entendre que cet organisme, important à ses débuts, a eu somme toute peu d'influence, notamment dans les débats ayant entouré les débuts de la télévision et la création de la loi de 1968<sup>92</sup>.

On peut également se demander si le CRTC, à titre d'appareil bureaucratique canadien, était bien outillé pour aborder un phénomène aussi «particulier» que celui de la télévision québécoise. Christian et Campbell ont démontré que le Canada est un pays aux idéologies diversifiées<sup>93</sup>. C'est ce qui explique, selon ces chercheurs, que des idéologies aussi différentes que le toryisme, le libéralisme d'état, le socialisme et le nationalisme ont constamment coexisté, quand elles ne se sont pas affrontées, sans qu'aucune d'entre elles n'ait jamais pris le dessus une fois pour toutes sur les autres. Il était donc normal que la radiodiffusion, une réalité touchant toute la population, fût l'objet de discussions sans fin à la lumière des idéologies souvent contradictoires à la base de la réalité canadienne. No-

tons ici pour fins de comparaison que la situation est tout autre aux États-Unis. Christian et Campbell d'une part et Seymour Martin Lipset d'autre part y reconnaissent l'existence d'un très grand consensus, ce qui est loin d'être le cas au Canada<sup>94</sup>.

La radiodiffusion au Canada ayant toujours constitué un enjeu du nationalisme canadien, on peut alors souligner que le CRTC, avec son mandat national, était dans une position très délicate pour prendre des décisions portant sur l'augmentation des chaînes au Québec. Des décisions qui, nous l'avons déjà souligné, avaient un caractère hautement politique.

Mais si on reconnaît la difficulté de la tâche pour le CRTC, cela ne doit pas nous empêcher d'examiner comment cet appareil bureaucratique canadien s'est comporté en regard de l'augmentation des chaînes au Québec, les décisions qu'il a prises et si cela a joué en faveur ou en défaveur de la télévision québécoise.

---

## RÉFÉRENCES

1. Seymour Martin Lipset, *Continental Divide, the Values and Institutions of the United States and Canada*, New York, Routledge, Chapman and Hall, 1990, p. 8.
2. Seymour Martin Lipset, *ibid.*, p. 136-141
3. Seymour Martin Lipset, *ibid.*, p. 56.
4. Colin Campbell et William Christian, *Political Parties and Ideologies in Canada*, Toronto, Third Edition, McGraw-Hill, Ryerson Limited, 1990, p. 287.
5. Campbell et Christian, *ibid.*, p. 25-30.
6. Michel Filion, *op. cit.*, p. 51-52. Voir également Arthur Siegel, *Politics and the Media in Canada*, Toronto, McGraw-Hill, Ryerson Limited, 1983, p. 6.
7. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 6.
8. Arthur Siegel, *op. cit.*, p. 85.
9. Michel Filion, *op. cit.*
10. Marc Raboy, *op. cit.*
11. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 9. Voir également Frank W. Peers, *The Public Eye, Television and the Politics of Canadian Broadcasting, 1952-1958*, Toronto, University of Toronto Press, 1979, p. 95.
12. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 6.
13. Marc Raboy, « Vers une politique québécoise de télévision: les leçons de l'histoire », in Alain Laramée et al, *Les communications au Québec*, Montréal, Éditions Saint-Martin, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, 1993, p. 93.
14. Marc Legros, *op. cit.*, p. 10-11. Voir également Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 9.
15. R.B. Bennett, Chambre des communes, débats, 18 mai 1932, 2<sup>ème</sup> lecture du projet de loi sur la radiodiffusion. Cité in Marc Raboy, « Missed opportunities... », *op. cit.*, p. 45. Traduction de l'auteur.
16. Marc Raboy, *ibid.*, p. 50-51.
17. Marc Raboy, *ibid.*, p. 52.
18. Kenneth Kernaghan et David Siegel, *Public Administration in Canada*, Scarborough (Ontario), Nelson Canada, 1989, p. 177. Traduction de l'auteur.
19. Marc Raboy, "Vers une politique québécoise ..." *op. cit.*, p. 95.

- 
20. Michel Filion, *op. cit.*, p. 106.
  21. Marc Raboy, *op. cit.*, p. 107-108.
  22. Frank W. Peers, *The Public Eye*, Toronto, Buffalo, London, University of Toronto Press, 1979, p. 54.
  23. Marc Raboy, « Missed Opportunities... », *op. cit.*, p. 127-128.
  24. Canada, Rapport de la Commission royale d'enquête sur la radiodiffusion, président: Robert Fowler, Ottawa, imprimeur de la Reine, 1957, p. 159. In Marc Raboy, *ibid.*, p. 129.
  25. Marc Raboy, *op. cit.*, p. 133.
  26. Marc Raboy, *ibid.*, p. 132.
  27. Marc Raboy, *ibid.*, p. 132-134.
  28. Frank W. Peers, *op. cit.*, p. 54.
  29. Marc Raboy, *op. cit.*, p. 141-143.
  30. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 11.
  31. Marc Raboy, *op. cit.*, p. 159-161.
  32. Chambre des communes, Comité parlementaire sur la radiodiffusion, le cinéma et les arts, Ottawa, 1967, p. 2040, 2045, 2057. In Marc Raboy, *op. cit.*, p. 175. Traduction de l'auteur.
  33. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 15.
  34. *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1968.
  35. *Loi sur la radiodiffusion*, 1968, Partie I. article 3.
  36. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 17.
  37. Jean-Guy Lacroix, *Câblodistribution et télématique grand public; historique du développement de la câblodistribution au Canada 1950-1980*, Montréal, Université du Québec à Montréal, GRICIS, Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'informatisation sociale, Département de sociologie, 1983 (?), p. 9-43.
  38. Laura Chouinard et Michel Pomerleau, *op. cit.*, p. 57-58.
  39. *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, Ottawa, 1975 et *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1985.
  40. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 20-21.
  41. Rapport Caplan-Sauvageau, *ibid.*, p. 21-22.
  42. Rapport Caplan-Sauvageau, *ibid.*, p. 22.

- 
43. Marie-Ève Chamard et Philippe Kieffer, *La télé, dix ans d'histoires secrètes*, Paris, Flammarion, 1992.
  44. Dominique Wolton, *op. cit.*, p. 80-87.
  45. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 10.
  46. Kernaghan et Siegel, *op. cit.*, p. 167.
  47. Kernaghan et Siegel, *op. cit.*, p. 178.
  48. *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1968, Partie II, articles 16 et 17.
  49. *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1968.
  50. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 223.
  51. Rapport Caplan-Sauvageau, *ibid.*
  52. Michel Filion, *op. cit.* p. 54-55.
  53. Gérard Laurence, *Histoire des programmes de télévision: essai méthodologique appliqué aux cinq premières années de CBFT, Montréal 1952-1957*, p. 707. Thèse de doctorat, Université Laval, 1978. In Michel Filion, *op. cit.* p. 159.
  54. Société Radio-Canada, *Quelques notes sur la télévision dans la province de Québec*, 1956, p. 9. In Michel Filion, *ibid.*, p. 191.
  55. Michel Filion, *ibid.*, pp. 208-209.
  56. Rapport Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 746.
  57. Francis E. Rourke, *Bureaucracy, Politics and Public Policy*, Boston, Toronto, Little, Brown and Company, Third Edition, 1984, p. 42-43.
  58. On fait référence ici à la FCC, la *Federal Communications Commission*, l'organisme américain qui, comme le CRTC au Canada, réglemente la télévision et la radio aux États-Unis. In James Q. Wilson, *Bureaucracy: What Government Agencies Do and Why They Do It*, New-York, Basic Books Inc. Publishers, 1989, p. 37. Traduction de l'auteur.
  59. James Q Wilson, *ibid.*, p. 134-136.
  60. James Q. Wilson, *ibid.*, p. 110.
  61. James Q Wilson, *ibid.*, p. 69-70.
  62. James Q. Wilson, *ibid.*, p. 169.
  63. Francis E. Rourke, *op. cit.*, p. 42.
  64. Paul Sabatier, « Social Movements and Regulatory Agencies: Towards a More Adequate-and Less Pessimistic-Theory of "clientele Capture" », *Policy Sciences*, Elsevier Scientific Publishing Company, p. 303-304.

---

65. Ira Sharkansky, *Public Administration, Policy-Making in Government Agencies*, Chicago, Rand McNally College Publishing Compagny, Third Edition, 1975, p. 70.

66. Ira Sharkansky, *ibid.*, p. 91-92.

67. Francis E. Rourke, *op. cit.*, p. 151. Notons ici qu'il fait référence à une critique formulée par Marver H. Bernstein. Ce dernier avait avancé que les agences régulatrices étaient prisonnières de leur clientèle. Voir Marver H. Bernstein, *Regulating Business by Independent Commission*, Princeton, New-Jersey, Princeton University Press, 1955, chapitre 3.

68. Paul Sabatier, *op. cit.*, p. 326-327.

69. C Lloyd Brown-John, *Canadian Regulatory Agencies: Quis Custodiet Ipsos Custodes?*, Toronto, Boston, Department of Political Science, University of Windsor, Butterworths, 1981, p. 192.

70. Kernaghan et Siegel, *op. cit.*, p. 219-220 et 364.

71. Kenneth Kernaghan, *Public Administration in Canada: Selected Readings*, Toronto, Methuen, 1985, p. 144.

72. Erwin G. Krasnow et Lawrence D. Longley, *The Politics of Broadcast Regulation*, New-York, St-Martin Press, Second Edition, 1978, p. 23. Traduction de l'auteur.

73. On peut mentionner que toute décision de la FCC peut être portée en appel, ce qui n'est absolument pas le cas au Canada. Peu de causes sont effectivement portées en appel aux États-Unis mais les commissaires de la FCC sont très conscients d'une telle éventualité. Cela a un impact direct sur leurs décisions et ils agissent en conséquence selon Krasnow et Longley, *op. cit.* p. 35-60.

74. Kernaghan et Siegel, *op. cit.*, p. 211.

75. Kernaghan et Siegel, *ibid.*, p. 144-145.

76. Kernaghan et Siegel, *ibid.*, p. 213.

77. Kernaghan et Siegel, *ibid.*, p. 214.

78. Kernaghan et Siegel, *ibid.*, p. 146-147.

79. Kernaghan et Siegel, *ibid.* p. 215.

80. Kernaghan et Siegel, *ibid.*, p. 365.

81. Kernaghan et Siegel, *ibid.*, p. 368.

82. Paul Sabatier, *op. cit.*, p. 319.

83. Kernaghan et Siegel, *op. cit.* p. 219.

84. Kernaghan et Siegel, *ibid.*, p. 215. Ils s'appuient sur une recherche faite par Caroline Andrew et Réjean Pelletier "The Regulatory Process in Canada", Toronto, Macmillan of Canada, Edited by G. Bruce Doern 1978, p. 150-152.

- 
85. C. Lloyd Brown-John, *op. cit.* p. 113.
86. C. Lloyd Brown-John, *ibid.*, p. 26.
87. C. Lloyd Brown-John, *ibid.*, p. 111.
88. Krasnow et Longley, *op. cit.*, p. 18-23.
89. Frank W. Peers, *op. cit.*, p. 137.
91. Marc Raboy, « Missed opportunities... », *op. cit.* p. 345.
91. Michel Filion, *op. cit.*, p 38 et 67.
92. Frank Peers, *op. cit.*, p. 356.
93. Christian et Campbell, *op. cit.*, p. 23-30.
94. Seymour Martin Lipset, *op. cit.*, p. 26.

# *Chapitre cinq*

## *La création de Quatre-Saisons*

---

---

**A**vant d'étudier le contenu des audiences publiques du CRTC, il est utile d'évoquer la réglementation qui y a cours. Tel que mentionné précédemment, en 1968, le Parlement fédéral a confié au CRTC, défini comme étant «un seul organisme public autonome», la «réglementation et la surveillance du système de radiodiffusion» au Canada. Les membres du CRTC qui ont le titre de «commissaires» sont nommés par le gouverneur en conseil<sup>1</sup>. Il y a eu depuis des modifications à cette loi pour, entre autres choses, doter le CRTC de pouvoirs en télécommunications et augmenter le nombre de ses commissaires<sup>2</sup>. Une nouvelle loi votée par le parlement fédéral en 1991 a notamment permis d'étendre les pouvoirs réglementaires du CRTC et d'autoriser le gouverneur en conseil de lui donner des «instructions d'application générale relativement aux objectifs de la loi»<sup>3</sup>.

Cette disposition de la loi de 1991 montre que les pouvoirs du CRTC, au moins en ce qui a trait à ses grandes orientations, peuvent désormais être soumis aux instructions du gouverneur en conseil, ce qui n'était pas le cas auparavant. Même si les activités couvertes par la présente recherche se sont effectuées avant la création de cette nouvelle loi, il est important de la mentionner car, nous allons le voir, le fait que le gouvernement canadien s'apprêtait à faire voter une nouvelle loi au moment où le CRTC autorisait l'augmentation des chaînes au Québec a fort probablement influencé son action.

## La réglementation du CRTC

Lorsqu'une audience portant sur la création de nouvelles chaînes est prévue, le Conseil, plusieurs mois avant la tenue de cette audience, invite les entreprises intéressées à poser leur candidature au moyen d'avis publics diffusés aussi bien dans *la Gazette du Canada* que dans les grands journaux du pays<sup>4</sup>. Chaque entreprise requérante doit alors, dans des formulaires très détaillés, bien identifier ses actionnaires ainsi que leur importance relative les uns par rapport aux autres et donner tous les détails pertinents pour une bonne compréhension de sa structure financière. L'entreprise doit également formuler des engagements très précis en matière de programmation, soit la définition des formules et types d'émissions qu'elle compte diffuser tant d'un point de vue qualitatif que quantitatif. Elle doit également décrire avec précision sa structure de production avec l'infrastructure technique de même que les ressources humaines et physiques affectées à la réalisation des programmations projetées.

Le CRTC établit lui-même le moment de la tenue d'une audience «à la date et au lieu fixés par le président»<sup>5</sup>. Les entreprises et intervenants doivent alors se plier à toute une procédure qui s'est raffinée au fil des ans. Par exemple, chaque entreprise requérante doit mettre à la disposition du public dans ses locaux et dans ceux du CRTC un dossier dans lequel on retrouve le détail de sa proposition. Cette procédure permet également à tout individu ou groupe intéressé de se prononcer sur une telle proposition et de faire parvenir au CRTC une intervention écrite avec copie à l'entreprise requérante. Le CRTC peut alors inviter l'individu ou l'organisme en question à participer à l'audience. Dans un tel cas, l'entreprise requérante, s'il s'agit de critiques formulées à son égard, a un droit de réplique. Cette procédure est même assez souple pour permettre à des groupes

communautaires ou des individus souhaitant être entendus sur des questions d'intérêt local ou régional pouvant être soulevées dans une audience à en faire la demande 48 heures seulement avant la tenue de cette dernière. Dans tous les cas, il appartient au CRTC de décider qui pourra être entendu ou non dans une audience.

Lorsqu'il y a un renouvellement de licence, les étapes et règlements sont sensiblement les mêmes si ce n'est que l'entreprise requérante doit, entre cinquante et quarante jours précédant l'audience, diffuser en ondes au moins quatre fois en soirée les principaux points de sa demande et inviter toute personne intéressée à s'exprimer sur cette question à le faire en contactant le CRTC.

Les positions de tous et chacun, au moment de la tenue des audiences, sont donc assez bien connues. Il n'y a pas de procédure très élaborée sinon que chaque entreprise requérante doit reprendre l'essentiel des documents déjà déposés, répondre aux questions des commissaires et réagir aux mémoires ayant été présentés par les intervenants invités par le CRTC à comparaître en audience.

Chaque organisation télévisuelle doit donc faire connaître en profondeur ses motivations, ses objectifs et son analyse de la situation. Il en est tout autrement pour le CRTC. Seule une décision officielle accompagne sa prise de position. Par ailleurs, les questions posées par les commissaires ou encore les informations portées à l'attention des participants pendant les audiences peuvent nous éclairer sur les interprétations que le CRTC fait de son mandat.

Les dossiers de chacune des organisations télévisuelles de même que la transcription complète des débats pour chacune de ces audiences peuvent être consultés au Bureau régional du CRTC à Montréal. C'est d'ailleurs cette abondante documentation qui constitue la matière première des données accumulées dans cette partie de la recherche. La multiplication des chaînes au Québec représentant la préoccupation première de la présente recherche, deux audiences deviennent alors particulièrement importantes à étudier:

- a) l'audience tenue à Montréal les 13, 14 et 15 mai 1985 et qui a eu pour résultat l'obtention par Télé Quatre-Saisons d'une licence de radiodiffusion le 6 septembre 1985.
- b) l'audience tenue à Hull en juillet-août 1986 et qui a eu pour résultat la création en 1987 des chaînes spécialisées suivantes: TV5, MusiquePlus, MétéoMédia, RDS et Canal Famille.

Aucun des acteurs sociaux présents à chacune de ces deux audiences n'a été exclu de ces observations. Nous n'avons donc pas tenu compte des intervenants ayant fait des interventions écrites.

Les propos de chacun des acteurs (CRTC, organisations télévisuelles et intervenants) ont été résumés selon les catégories de la grille portant sur l'acteur social, grille élaborée précédemment. Les diverses positions exprimées en audience ont toujours été abordées selon le même ordre: le CRTC, les organisations télévisuelles et, enfin, les intervenants. Notons cependant que, en ce qui a trait aux intervenants, ils ne se sont pas nécessairement prononcés sur l'ensemble de la démarche des

diverses organisations télévisuelles faisant des demandes de licence ou de renouvellement. Ils ont plutôt eu tendance à souligner les seuls éléments de la demande correspondant à leurs intérêts. C'est ce qui explique que les données reliées à leurs interventions sont forcément plus restreintes.

Compte tenu du nombre élevé d'intervenants et d'organisations ainsi que de l'abondance des positions et idées de toutes sortes exprimées en audience, nous avons groupé en annexe les données recueillies à l'aide de la grille portant sur les positions de chaque acteur social. Les positions du CRTC n'ont pas intégrées à ces annexes parce qu'elles ont été exprimées aussi bien pendant l'audience que par les décisions elles-mêmes. C'est ce qui explique que les données recueillies, pour le CRTC seulement, sont «à cheval» sur les audiences et les décisions. Elles sont donc traitées à part mais très exactement comme celles de tous les autres acteurs.

Le croisement des données obtenues en audience et dans les décisions permet d'identifier les stratégies acceptées ou rejetées et de comprendre en définitive ce qui s'est passé dans le développement récent de la télévision au Québec. La lecture des grilles en annexe peut s'avérer fastidieuse, mais on y trouve les données permettant d'établir et d'interpréter les stratégies de chacun des acteurs sociaux.

-----

Pour l'audience publique portant sur la création d'une troisième chaîne de télévision de langue française au Québec, on remarque que seuls des commissaires francophones du CRTC étaient présents: André Bureau (président), Rhéal Therrien, Monique Coupal, et J. de la Chevrotière. Le président et les commissaires avaient l'appui technique d'un conseiller juridique du CRTC, Donald Rhéaume et d'un secrétaire, Roger Hébert<sup>6</sup>.

Cette audience a porté aussi bien sur l'attribution d'une nouvelle licence de télévision à Montréal et Québec que sur les renouvellements de licence du réseau TVA, de Télé-Métropole et de Radio-Québec. Comme les quatre demandes étaient intimement liées à la situation générale de la télévision au Québec, le CRTC, les organisations télévisuelles et la plupart des intervenants se sont très souvent prononcés sur chacun de ces quatre dossiers. Aussi avons-nous considéré chaque acteur social sur l'ensemble des positions et avis exprimés dans les quatre demandes étudiées dans cette audience.

## **Le CRTC: valeurs**

Conformément à la grille élaborée précédemment, les valeurs du CRTC sont définies par les *problèmes*, les *besoins* à satisfaire pour résoudre les problèmes en question et les *solutions* à considérer permettant la réponse à ces problèmes et besoins. De telles solutions deviennent alors les *objectifs* poursuivis par l'organisme pour orienter son action. Quant aux *principes*

*d'action*, ils se définissent par les *zones d'incertitude* de chaque acteur, ses *capacités*, et la *nature des rapports* qu'il entend établir avec son environnement.

### **a) Les problèmes**

En amorçant l'audience, les commissaires ont grandement insisté sur les dépenses en programmation des chaînes privées québécoises qui, selon eux, étaient largement inférieures à celles des chaînes privées de langue anglaise dans le reste du Canada<sup>7</sup>. Dans les dix dernières années précédant l'audience, les chaînes de télévision québécoises avaient investi 31% de leurs recettes totales en programmation<sup>\*\*</sup>. Au Canada anglais, la même analyse révélait que les chaînes investissaient 43% de leurs recettes totales en programmation<sup>8</sup>. En d'autres termes, tout en ayant des auditoires plus fidèles, les chaînes québécoises consacraient moins d'argent aux programmations que les chaînes anglaises.

Cela étant, le président André Bureau a reconnu du même souffle que les revenus publicitaires québécois, représentant l'essentiel de la subsistance des chaînes privées, avaient tendance à diminuer puisque, en 1972, le Québec recueillait 41% des revenus publicitaires de tout le Canada pendant qu'en 1983, les revenus publicitaires québécois ne représentaient plus que 31% de l'ensemble canadien. Les chaînes privées québécoises perdaient donc de l'importance dans la répartition des revenus publicitaires canadiens et cela pouvait affecter les investissements faits en programmation.

---

<sup>\*\*</sup> Par programmation, on entend bien sûr l'ensemble des émissions de télévision offertes par chaque chaîne aux téléspectateurs.

Les commissaires ont insisté sur le déséquilibre en matière de développement entre les médias anglophones et francophones. Les médias québécois, notamment la radio MA et MF, s'étaient développés plus lentement au Québec qu'au Canada anglais. Les Québécois ne devraient-ils pas essayer d'encourager le développement de leurs médias plutôt que d'être à la remorque de ce qui se fait ailleurs, s'est demandé le commissaire Rhéal Therrien?<sup>9</sup>

Au nombre des autres problèmes identifiés par le CRTC dans cette audience, on remarque une nette préoccupation de la part des commissaires sur le transfert des francophones vers les chaînes anglaises. Des experts avaient été invités par CFCF et le Groupe Cogeco, les deux organisations télévisuelles postulant pour une nouvelle licence à Montréal et Québec mais aucun d'entre eux n'a pu démontrer s'il était vrai qu'une proportion de plus en plus grande de francophones regardaient davantage la télévision de langue anglaise au détriment de la télévision de langue française<sup>10</sup>.

D'autres problèmes ont également été soulevés, notamment à propos de la demande de Radio-Québec pour renouveler sa licence. Le CRTC devait se conformer à un décret du gouverneur en conseil l'empêchant d'octroyer une licence à un organisme d'une province à moins que ce dernier ne fût indépendant du gouvernement et qu'il ne présentât une programmation à caractère éducatif<sup>11</sup>. La régie fédérale devait donc s'interroger sur le caractère éducatif de Radio-Québec<sup>12</sup>. De plus, comme Radio-Québec demandait à cette audience la permission de diffuser des messages publicitaires<sup>13</sup>, les commissaires devaient également se demander si cela n'allait tout simplement pas nuire aux autres chaînes de télévision<sup>14</sup>.

Le Conseil s'est préoccupé de l'absence de sous-titres pour malentendants dans les émissions d'information réseau à la télévision privée<sup>15</sup>. Il a remarqué également que des stations de province ne participaient pas nécessairement au réseau national<sup>16</sup>. Enfin, parmi les derniers problèmes mentionnés dans cette audience, on remarque une insistance certaine sur la qualité du français parlé à la télévision et, plus particulièrement, sur la trop grande importance accordée par les radiodiffuseurs privés aux chanteurs de langue anglaise. Le président Bureau s'est inquiété de cette réalité, néfaste surtout auprès des jeunes.

«Et je pense que c'est une pénétration peut-être plus pernicieuse que les émissions de langue anglaise de télévision que de passer graduellement à la musique vocale anglaise.<sup>17</sup>»

Enfin la commissaire Coupal a insisté sur la présence de stéréotypes sexistes à la télévision canadienne et sur la nécessité de les supprimer<sup>18</sup>.

### ***b) Les besoins***

Pour résoudre les problèmes mentionnés, les commissaires du CRTC se sont demandés si la création d'une nouvelle chaîne de télévision de langue française répondait à une nécessité et à une demande de la part de la population<sup>19</sup>. Le président André Bureau en a profité d'ailleurs pour expliquer que le Conseil n'avait pas décidé de lui-même de tenir une audience sur une telle question.

«Le Conseil ne convoque pas des audiences parce qu'il y a des déclarations ou des discours, qu'ils soient faits par qui que ce soit. Le Conseil convoque des audiences quand il y a des demandes qui sont présentées devant lui (...) On a fait un appel parce qu'effectivement, on a reçu une demande de la part de Cogeco et qu'à la suite du dépôt de sa demande, quand elle a été suffisamment complète, il était normal comme on fait

dans tous les cas de faire un appel pour voir si oui ou non, il y avait d'autres personnes qui étaient intéressées (...)

MONSIEUR GIGUÈRE††: Vous voulez corriger l'impression que j'ai gardée dans les deux dernières années que vraiment personne n'avait mis de pression publiquement pour qu'il y ait un arrêt d'érosion de l'auditoire francophone vers l'auditoire anglophone (...) c'est que ça a été certainement un des facteurs qui ont provoqué la demande de licence, parce que l'on en a parlé dans les journaux pendant deux ans, Monsieur.

LE PRÉSIDENT: Bien écoutez, je pense que ce qui a fait qu'il y a une audience aujourd'hui, très simplement, c'est qu'il y a eu une demande qui a été déposée devant nous. (...) Je voudrais simplement clarifier la situation pour ne pas que l'on pense que le CRTC a tenu une audience ici rien parce qu'il y avait eu un débat public sur cette question là originant de déclarations faites par des hommes politiques.<sup>20</sup>»

Enfin, le Conseil s'est demandé si, face aux différents problèmes de la télévision québécoise, il ne serait pas pertinent que la télévision privée et, plus spécialement, Télé-Métropole, la plus importante au Québec, ne puisse faire davantage de téléthéâtres, d'émissions dramatiques et d'émissions pour enfants puisque, à toutes fins pratiques, elle n'en faisait pas<sup>21</sup>. Il estimait également que les émissions américaines présentées en français à la télévision devraient être doublées au Québec plutôt qu'en France. Cela privait les artistes québécois et les maisons de post-production de débouchés importants<sup>22</sup>.

### **c) Les solutions-objectifs**

Les solutions pouvant être adoptées à partir des problèmes et des besoins identifiés en audience étaient somme toute limitées puisque la régie fédérale est soumise aux exigences de la loi. Sans se mettre à analyser en profondeur les pouvoirs du CRTC, on peut souligner que

---

†† Roland Giguère était au moment de cette audience P.D.G. de Télé-Métropole.

l'organisme ne peut pas faire beaucoup plus que créer des réglementations, mener des recherches sur la réalité réglementée et prendre des décisions à propos de ce qui lui est proposé, ce qui est déjà considérable. Lorsqu'il y a demande de licence, l'action de l'organisme fédéral se ramène à l'acceptation ou au refus d'une telle demande. S'il attribue une nouvelle licence à une organisation télévisuelle, il peut imposer des conditions, mais qui ne peuvent quand même pas être radicalement différentes des propositions faites par les organisations télévisuelles.

À propos d'une demande de renouvellement de licence, le Conseil est très mal placé pour la refuser puisqu'une telle décision entraînerait la fermeture de l'entreprise, mettant ainsi à pied des centaines d'employés dans le cas d'une station de l'importance de Télé-Métropole, par exemple. Là aussi, le CRTC ne peut pas faire beaucoup plus qu'imposer des conditions de renouvellement.

Ne pouvant opter pour des solutions définitives qu'au moment de rendre leur décision, les commissaires, pendant l'audience, se sont limités à poser des hypothèses et explorer des possibilités, sans plus. Ils ont reconnu d'emblée que la télévision française et la télévision anglaise au Canada se comportaient différemment. Pour eux, il était clair que les Québécois regardaient massivement la télévision de langue française pendant que les anglophones accordaient de façon très importante leur attention aux programmes américains<sup>23</sup>. Ils reconnaissaient ainsi de façon très explicite la spécificité de la télévision québécoise.

«...quand on se promène à travers le pays et que l'on voit ce qui se passe ailleurs, on s'aperçoit que l'effort qui est fait dans des marchés comme ici à Montréal est totalement différent du reste du pays...

(...au Canada anglais...) les créations originales qui existent, sauf de rares exceptions, ce sont malheureusement des émissions de cirque, des émissions de quiz, des émissions de ce genre-là. Et ce n'est pas ça que l'on fait ici au Canada français et c'est tant mieux, et c'est très bien.<sup>24</sup>»

Mais fallait-il pour autant accorder un traitement différent aux deux télévisions? Là-dessus, il est difficile d'isoler une approche précise des commissaires. Le président André Bureau a fortement insisté sur l'introduction de nouvelles stations de télévision au Manitoba, en Alberta et en Colombie-Britannique qui avaient eu pour conséquence de faire augmenter considérablement le budget global des revenus de publicité dans chacune de ces provinces et non pas seulement dans les marchés en question<sup>25</sup>. Tout en reconnaissant que le contexte économique au Québec était différent de celui des provinces mentionnées, le président, en invoquant des chiffres «confidentiels», a souligné que les budgets publicitaires dans chacun des marchés touchés par l'arrivée d'une nouvelle station à Toronto et dans l'Ouest canadien avaient augmenté substantiellement<sup>26</sup>. Le commissaire Rhéal Therrien a surenchéri en rappelant que Télé-Métropole, au moment de sa création, avait dû démontrer l'importance de la publicité télévisée à beaucoup d'entreprises commerciales n'ayant pas recours à ce type de publicité. Cela avait eu pour résultat de créer de nouveaux débouchés. Le même phénomène n'allait-il pas se reproduire avec l'arrivée d'une nouvelle station de télévision à Montréal, s'est-il demandé?<sup>27</sup>.

Enfin, le président Bureau déclarait que le CRTC reconnaissait de plus en plus la participation des producteurs indépendants comme moyen d'améliorer la qualité des productions télévisuelles québécoises. Sans faire d'une telle mesure une panacée, la participation accrue des produc-

teurs indépendants à la télévision québécoise représentait un facteur positif de développement pour cette dernière<sup>28</sup>.

## **Les principes d'action du CRTC**

### ***a) Les zones d'incertitude***

Le président André Bureau a reconnu à plusieurs reprises que le CRTC ne savait toujours pas s'il fallait ou non attribuer une licence pour une 3<sup>ème</sup> chaîne de télévision à Montréal<sup>29</sup>. Au moment où chaque organisation télévisuelle a présenté son dossier et à la suite des exposés des divers intervenants, on remarque que les commissaires ont posé une foule de questions portant sur son financement et ses engagements en matière de programmation.

Par exemple, qui contrôlait l'entreprise? Quelle banque fournissait les marges de crédit? Selon quelles conditions? Quelle était la totalité des capitaux consacrés au projet? Est-ce que les capitaux en question étaient tous placés sous la responsabilité unique de l'entreprise qui faisait la demande ou en association avec d'autres entreprises? Si oui, à quelles conditions? Quels étaient les déficits prévus et pour combien d'années? À partir de quand les opérations devenaient-elles rentables? Le marché publicitaire était-il suffisamment important pour permettre la création d'une chaîne supplémentaire sans nuire aux entreprises existantes? Notons ici que les commissaires ont consacré beaucoup de temps à cette dernière question et le Président Bureau a d'ailleurs avoué qu'il était très difficile de se faire une idée exacte de la situation<sup>30</sup>.

Les commissaires ont également posé énormément de questions au sujet des programmations des deux organisations télévisuelles. Qui serait responsable de la programmation? Est-ce que l'entreprise considérerait la possibilité de faire des coproductions, notamment avec d'autres pays francophones? Quelle proportion de la grille totale serait consacrée à l'information? Avec combien de journalistes? Est-ce que la programmation serait variée et diversifiée? Quelle serait la part de toute la programmation consacrée au contenu canadien?

Il était assez évident pour les commissaires que les entreprises requérantes consacraient beaucoup moins de ressources à l'information que les chaînes existantes à cause du caractère local de la nouvelle station. Une telle approche nécessitait moins de ressources que dans le cas d'une organisation ayant des objectifs nationaux. Le commissaire J. de la Chevrotière s'est notamment demandé si cela était souhaitable<sup>31</sup>.

Enfin, à cause notamment de l'appartenance de Quatre-Saisons à CFCF, les commissaires se sont longuement interrogés sur l'indépendance de cette future chaîne francophone si CFCF devait devenir le titulaire de la licence<sup>32</sup>.

La réponse à toutes ces questions devaient donc, en principe, permettre au CRTC de prendre une décision éclairée. Ajoutons à tout cela que le président Bureau a insisté sur la définition d'une sorte de philosophie générale de la part du CRTC, philosophie s'apparentant à tout un courant relié à la déréglementation.

En ouvrant l'audience, le président Bureau a notamment déclaré:

«...les temps d'une réglementation proliférante, pour être protectrice, sont révolus. Il faut s'assurer que la qualité même de la programmation de langue française suffira à retenir la faveur de l'audience et que sa variété, donc aussi le choix des services de langue française contribuera à satisfaire cette audience de plus en plus exigeante et sophistiquée.<sup>33</sup>»

Le CRTC croyait donc que les programmations, par leur seule présence, devaient avoir un pouvoir d'attraction réel sur leurs auditoires. L'organisme fédéral ne souhaitait pas être «interventionniste». La régie fédérale a pour rôle d'écouter les demandes et il doit y donner suite au meilleur de ses connaissances, a reconnu le commissaire Rhéal Therrien<sup>34</sup>. Une audience ne doit pas être punitive, a avancé le président Bureau, «il s'agit d'évaluer l'ensemble des joueurs, leurs potentiels, leurs limites afin d'en dégager les orientations pour l'avenir»<sup>35</sup>.

### ***b) Les capacités***

Le président Bureau allait expliquer en partie ce désir de déréglementer la radiodiffusion au Canada par *les capacités* de la régie fédérale. Il y avait 2 500 titulaires de licence au Canada et les 10 commissaires du CRTC ne pouvaient compter que sur 400 employés. Le Conseil recevait 3 000 demandes par année et il devait rendre 1 000 décisions<sup>36</sup>. Par conséquent, le Conseil n'était pas en mesure de faire une réglementation détaillée. Avec la concurrence accrue, le président reconnaissait qu'il n'était plus question d'intervenir comme dans le temps où il n'y avait qu'une station de télé et une ou deux stations de radio dans un même marché. Le CRTC ne pouvait absolument pas dicter aux radiodiffuseurs les émissions à produire:

«On n'est pas des programmeurs nous autres. Ce n'est pas à nous autres de dire aux détenteurs, aux milliers de détenteurs de licences à travers le Canada comment faire leur programmation.

Vous comprenez que l'on pourrait se tromper magistralement partout à travers le Canada alors il faut être prudent de ce côté-là, dans ce qu'est notre rôle au CRTC par rapport à un rôle plus général de supervision où là on est obligé de regarder comme il faut quelles sont les demandes qui sont déposées, regarder quels sont les moyens qui sont mis à la disposition des effectifs, journalistes, caméramen, et tout ça, pour voir s'ils sont capables avec ça, si c'est réaliste avec ça de pouvoir faire une bonne émission.

Maintenant, si le résultat n'est pas bon, ça... qu'est-ce que vous voulez, ce n'est pas de notre faute. Mais si le résultat est bon, s'il y a un bon auditoire et qu'ils donnent un service qui est raisonnable, à partir de ce moment-là, il s'agit rien que de voir si, effectivement, ça peut être amélioré et c'est là qu'on leur demande quels sont vos projets d'amélioration dans ces domaines-là<sup>37</sup>»

Tels sont donc une partie des valeurs et principes d'action exprimés par le CRTC pendant cette audience. Nous verrons plus en profondeur dans l'étude des décisions publiées à la suite de l'audience les *solutions* et *objectifs* prônés par la régie fédérale, *la nature des rapports* que le CRTC a souhaité établir avec son environnement et *les résultats* prévus.

Tel que mentionné précédemment, il serait fastidieux de reprendre ici les éléments de cette grille pour tous les acteurs de cette audience. On retrouve d'ailleurs les données complètes à ce sujet en annexe. À titres d'exemples, il suffit pour le moment de rappeler les positions avancées par Cogeco et CFCF pendant l'audience.

À la lecture du résumé plus loin, on peut tout de suite constater la similitude d'approche des deux organisations. Elles se sont surtout distinguées par le financement de leurs activités. Cela laissait présager selon quels critères le CRTC allait orienter sa décision.

COGECO<sup>38</sup>

**Les valeurs**

*a) problèmes*

- Existence d'un transfert de l'écoute francophone.
- Bénéfices de TM et CFCM trop élevés.
- TM et CFCM n'investissent pas assez en production.
- Manque de temps d'antenne pour les publicitaires.

*b) besoins*

- Selon une recherche, les producteurs indépendants vont manquer de studios et d'installations à partir de 1987.
- Cette recherche montre qu'il y a suffisamment de ressources pour produire plus d'émissions de qualité.
- Il faut davantage de temps d'antenne pour le placement des messages télévisés.

*c) Solutions-objectifs*

- La solution: création d'une nouvelle chaîne par Cogeco.
- La création de nouvelles chaînes au Canada anglais dans les années 70 a favorisé le rapatriement des auditoires.
- L'économie du Québec favorise cette expansion.
- Une plus grande offre de temps publicitaire stimule l'expansion des programmations et l'arrivée de nouveaux artistes.

**Les principes d'action**

*a) Les zones d'incertitude*

- L'organisation ne sait pas qui va obtenir la licence

*b) Les capacités*

- Capitaux de 30 millions de \$
- Marge de crédit de 35 millions de \$
- 17 millions de \$ en frais d'immobilisation (studios) comprenant un studio de nouvelles et trois studios de production générale

CFCF<sup>39</sup>

**Les valeurs**

*a) problèmes*

- Transferts linguistiques importants vers la télé anglaise depuis 1980.
- Bénéfices de Télé-Métropole presque trop élevés.
- La télé québécoise offre moins de choix que la télé canadienne.
- Manque de temps d'antenne pour les annonceurs québécois.
- TM et Radio-Canada offrent de plus en plus d'émissions semblables, ce qui restreint les choix.

*b) besoins*

- Les agences de publicité souhaitent qu'il y ait augmentation du temps d'antenne pour leurs messages.
- Nécessité de créer de nouveaux débouchés pour de nouveaux artistes.
- Nécessité de créer une chaîne plus urbaine et présentant une information plus distrayante
- Une recherche démontre que les Québécois désirent une nouvelle station avec émissions intéressantes.

*c) Solutions-objectifs*

- La solution: création d'une nouvelle chaîne par CFCF.
- Le marché québécois étant en pleine expansion, une nouvelle organisation a toutes les chances de réussir.
- Le CRTC a établi qu'en matière culturelle, l'offre stimule la demande. Une nouvelle chaîne va stimuler les programmations existantes, augmenter les choix du public québécois. pousser les adultes de 18-49 ans à regarder davantage la télévision et les jeunes à moins regarder la télévision américaine.
- Le fractionnement des auditoires n'entraîne pas de baisses de revenus comme on l'a constaté dans les marchés canadiens lorsqu'il y a eu création de nouvelles chaînes.

**Les principes d'action**

*a) Les zones d'incertitude*

- L'organisation ne sait pas qui va obtenir la licence.

*b) Les capacités*

- 20 millions de \$ d'actions émises par CFCF.
- Marge de crédit de 20 millions de \$.
- Utilisation d'installations communes avec CFCF permettant des économies de 8 000 000\$.

- Programmation:
  - axée sur les 25-39 ans et reflétant le Montréal cosmopolite.
  - 17 h par semaine de programmation locale.
  - Pas de vedettes établies.
  - 85% des émissions faites par les indépendants.
  - 63,8% de contenu canadien pendant le jour.
  - 60,9% de contenu canadien de 18h à minuit.
  - Salles de nouvelles: 28 personnes dont 11 journalistes et 2 correspondants (Montréal et Québec) assurant aussi bien les émissions d'affaires publiques que les nouvelles<sup>††</sup>.

c) Nature des rapports

- La nouvelle programmation est complémentaire à ce qui existe déjà.
- L'offre accrue de temps publicitaire va entraîner une augmentation des ventes publicitaires.
- Cette augmentation va provenir des nouveaux besoins d'entreprises et non de budgets existants.

d) Augmentation des ressources

• Revenus prévus:	
	an 1 19 142 000\$
	an 2 36 952 000\$
	an 3 53 107 000\$
	an 4 67 900 000\$
	an 5 85 949 000\$

Résultats prévus par l'acteur

- La création de Télévision Saint-Laurent va entraîner un développement important des marchés publicitaires locaux.
- Le développement de l'industrie publicitaire va se traduire par une amélioration tant qualitative que quantitative des programmes offertes au public québécois.
- Le marché québécois peut absorber une telle concurrence.
- TSL va obtenir 8% de parts de marché à l'an 1 et 17% à l'an 5.
- TSL va rejoindre 11% de l'auditoire montréalais à l'an 1 et 22% à l'an 7.

<sup>††</sup> Traditionnellement, dans les chaînes généralistes, les deux secteurs sont séparés

- Programmation: volontairement conservatrice.
  - 14,6 millions de \$ dès l'an 1 dont 8 millions en production indépendante.
  - Mêmes types d'émissions aux mêmes heures la semaine
  - Programmation collée sur l'actualité.
  - 8,5 heures par semaine d'émissions pour les jeunes.
  - 60% de contenu canadien de 18h à 24h.
  - Diffusion importante de films américains.
  - Information de type *USA TODAY*<sup>§§</sup> et *ET*<sup>\*\*\*</sup>.
  - Production d'un téléroman, 15 000\$ l'épisode, de talk-shows, 32 000\$ par sem., de variétés 75 000\$-100.000\$

c) Nature des rapports

- Opérations de Quatre-Saisons et CFCF rigoureusement séparées avec actionnaires différents mais avec certaines installations communes.
- Avec Quatre-Saisons, le Québec se dote d'une grande organisation privée équivalente à *CHUM*, *Moffat*, *Selkirk* et *Western* au Canada anglais.

d) Augmentation des ressources

• Revenus prévus:	
	an 1 19 729 000\$
	an 2 28 000 000\$
	an 3 38 000 000\$
	an 4 46 000 000\$
	an 5 55 000 000\$

Résultats prévus par l'acteur

- L'économie du Québec va profiter de la création de TQS car l'augmentation du temps publicitaire à la télévision québécoise va favoriser la croissance des ventes au détail.
- Une concurrence accrue va entraîner une plus grande qualité dans les services offerts aux grandes entreprises achetant du temps d'antenne.
- La nouvelle chaîne va rejoindre 8% de l'auditoire total montréalais à l'an 1 et 12% à l'an 5

<sup>§§</sup> Le quotidien américain *USA TODAY* a révolutionné la presse écrite occidentale en rendant l'information plus visuelle et plus aérée notamment par des textes courts, une utilisation massive d'images et de couleurs. On fait d'ailleurs couramment allusion à l'effet *USA TODAY* dans le domaine des médias écrits puisque beaucoup d'autres quotidiens dans le monde entier ont repris une telle approche. In Jean-Marie Charon, *Presse écrite; une écriture en évolution* in Jean-Marie Charon et al «l'état des médias», Boréal/Découvertes Médiaspouvoirs/CFPI, Montréal et Paris, 1991. p. 96-98.

<sup>\*\*\*</sup> On fait référence ici à l'émission américaine *ET (Entertainment tonight)* diffusée sur les ondes du réseau américain CBS et reprise par le réseau canadien CTV auquel est affilié CFCF. Cette émission présente sous forme dynamique des entrevues avec les vedettes américaines de l'heure, des extraits de films en cours de tournage, des «reportages» sur les mariages et les «hauts faits d'armes» des vedettes du *show business*.

## La portée des décisions du CRTC

En rendant quelques semaines après l'audience ses décisions sur la création d'une nouvelle chaîne télé à Montréal et sur les renouvellements des licences de Radio-Québec, TVA et Télé-Métropole, le CRTC pouvait préciser davantage ses *valeurs* et *principes d'action* qu'il ne l'avait fait en audience puisque, cette fois, les commissaires devaient prendre position une fois pour toutes. Enfin de telles décisions faisaient ressortir *les résultats prévus* à la suite des décisions de l'organisme fédéral.

Le CRTC, au sortir de cette audience, devait donc:

- a) décider s'il fallait effectivement accorder une licence pour une nouvelle chaîne de télévision au Québec,
- b) à quelles conditions il fallait renouveler les licences de Radio-Québec, TVA et TM.

-----

## **Les décisions du CRTC: valeurs**

En accordant une licence à Quatre-Saisons, le CRTC a donc décidé qu'il était possible de créer une nouvelle chaîne privée de langue française à Montréal. Pour appuyer sa décision de 16 pages, le CRTC a notamment estimé qu'il y avait effectivement un marché suffisant pour créer une nouvelle chaîne de télévision privée à Montréal<sup>40</sup>. Il ne fallait pas oublier que CFTM-TV et CFCF-TV accaparaient 60% des revenus de toute la télévision privée au Québec. Le marché publicitaire était assez important pour permettre l'introduction d'une nouvelle station de télévision et la situation financière des entreprises existantes étaient «suffisamment saine» pour qu'elles puissent maintenir leur existence et la qualité de leurs services<sup>41</sup>. En acceptant la demande de Radio-Québec de diffuser des messages publicitaires, les commissaires estimaient également que cela ne nuirait pas plus à la nouvelle chaîne qu'aux chaînes existantes puisque Radio-Québec n'occuperait qu'une petite partie du marché publicitaire. Le caractère éducatif de sa programmation l'empêchait d'ailleurs d'augmenter ses parts du marché publicitaire<sup>42</sup>.

La situation était tout autre dans les marchés périphériques et on ne pouvait prévoir l'impact de la création d'une nouvelle chaîne pour Montréal et Québec, spécialement en ce qui avait trait au marché local. Voilà pourquoi le Conseil n'acceptait pas la demande de Quatre-Saisons de créer une station de télévision à Québec. Seul un réémetteur permettant la diffusion du signal en provenance de Montréal serait acceptable. Ce faisant, Quatre-Saisons n'avait pas accès au marché de la télévision locale en dehors de Montréal<sup>43</sup>.

Le CRTC s'est prononcé également sur le phénomène des transferts d'écoute des francophones vers les stations de langue anglaise. Déjà dans l'audience, on avait pu établir que ce phénomène n'avait pas le caractère dramatique que d'aucuns lui avaient attribué. Dans sa décision de renouveler la licence de Télé-Métropole, le Conseil attribuait le glissement des francophones à un facteur purement conjoncturel, soit la grève récente de Télé-Métropole. On avait pu constater que, la grève terminée, l'écoute francophone avait repris les niveaux d'antan<sup>44</sup>. Le Conseil s'est contenté d'encourager TM à faire...

«...des efforts particuliers pour encourager la création, la production, la promotion et la programmation de disques d'artistes québécois francophones<sup>45</sup>»

Par ailleurs, Montréal et Québec étant les seules villes de leur importance au Canada à ne pas profiter d'un troisième service de télévision commercial dans la même langue<sup>46</sup>, l'addition d'une nouvelle chaîne allait donc stabiliser davantage l'écoute francophone dans un marché qui, cela avait été établi, pouvait absorber une nouvelle organisation télévisuelle<sup>47</sup>. Enfin, pour augmenter l'offre francophone au Canada, le Conseil a également demandé à Radio-Québec de faire un rapport précisant sa position face à la possibilité de la transmission de ses émissions hors-Québec par des entreprises de télédistribution<sup>48</sup>.

Mais en ce qui a trait à Radio-Québec, le CRTC s'est surtout penché sur la définition de sa programmation. Il a consacré la moitié des 12 pages de sa décision à statuer que, dans son ensemble, la programmation de Radio-Québec était éducative<sup>49</sup>.

Au sujet de la question des sous-titres pour malentendants, le CRTC a demandé à Radio-Québec, Quatre-Saisons et TVA de prendre des mesures concrètes pour favoriser l'implantation d'un tel procédé selon leurs possibilités et ressources<sup>50</sup>. Mentionnons enfin que le seul problème mentionné en audience dont il n'a pas été fait mention dans les décisions est celui de la présence de stéréotypes sexistes, probablement parce que les commissaires n'accordaient pas une grande importance à cette question.

Quant aux *besoins* cernés en audience, le Conseil a apporté des réponses diverses. À la question portant sur la pertinence d'une troisième chaîne, le CRTC s'est contenté de mentionner dans ses décisions que Montréal était « parmi les rares marchés canadiens d'envergure à ne pas jouir d'un troisième service de télévision commercial<sup>51</sup> ». Il a également ajouté que...

«... l'intérêt public sera mieux servi par l'octroi d'une licence à la RQS<sup>†††</sup> et que les avantages qui en résulteront pour le secteur de la télédiffusion de langue française au Québec l'emportent sur les désavantages possibles<sup>52</sup> .»

Selon le Conseil, la naissance de Quatre-Saisons permettait la formation d'une entreprise télévisuelle importante et le Québec avait bien besoin de ce genre d'organisation: une grande organisation télévisuelle était davantage en mesure de s'implanter avec succès et de résister à la concurrence<sup>53</sup>. Le Conseil se rendait donc à ce que Quatre-Saisons avait avancé à ce sujet en audience.

Par ailleurs, tout en reconnaissant la grande popularité de TM partout au Québec et sa contribution importante en matière de production d'émissions canadiennes, le Conseil s'est montré très exigeant

---

<sup>†††</sup> RQS: Réseau de télévision Quatre-Saisons Inc.

à son égard en l'obligeant à augmenter les ressources consacrées à l'information locale. Le Conseil a transformé en conditions de renouvellement de licence les engagements formulés par TM en audience en programmation et projets de co-production. La régie a également insisté sur l'importance de recourir aux producteurs indépendants et a exigé que TM lui soumette désormais un rapport annuel sur ses activités avec ces derniers<sup>54</sup>.

Le CRTC a d'ailleurs insisté sur l'importance des producteurs indépendants dans toutes ses décisions aussi bien pour TM que Quatre-Saisons et Radio-Québec<sup>55</sup>. Créer une nouvelle chaîne représentait donc *la solution* aux différents problèmes et besoins soulignés en audience. Il avait alors pour *objectif* d'augmenter les ressources du Québec à cet égard.

### **Les décisions du CRTC: principes d'action**

En optant pour Quatre-Saisons, le CRTC a répondu aux interrogations formulées pendant l'audience en matière de programmation et de financement. Cogeco se basait sur l'évolution de marchés de Toronto et Vancouver et avait des projections de pénétration de marché publicitaire nettement plus optimistes que celles de Quatre-Saisons. Le Conseil n'a pas accepté cette approche en affirmant que les caractéristiques originales des marchés de Montréal et Québec devaient imposer une certaine prudence<sup>56</sup>. D'ailleurs les «promoteurs» de Quatre-Saisons, pour reprendre les termes utilisés par le CRTC dans sa décision, avaient plus d'expérience du marché montréalais que ceux de Cogeco et le financement de leur projet était moins risqué<sup>57</sup>. En obtenant une licence, Cogeco devait construire des studios à Montréal pendant que Quatre-Saisons pouvait utiliser les installations

existantes de CFCF. Cela permettait à Quatre-Saisons de lancer son projet avec moins de ressources que Cogeco et consacrer ainsi plus d'argent à la programmation proprement dite<sup>58</sup>.

Le Conseil s'est arrêté à la question de la concentration de la propriété d'entreprise. Il y avait à Montréal une «diversité inégalée de médias au pays» ce qui réduisait très fortement les dangers de manque de diversité en information<sup>59</sup>. D'autre part, en attribuant la licence à Quatre-Saisons, la part des heures d'écoute de toutes les entreprises appartenant à CFCF ne représenterait que 20%<sup>+++</sup> du total d'heures d'écoute de tout le marché montréalais<sup>60</sup>.

En attribuant une licence de télévision, le CRTC estimait qu'il y avait suffisamment de ressources créatrices au Québec pour nourrir une organisation télévisuelle supplémentaire. De plus, le projet de Quatre-Saisons présentait une grille équilibrée favorisant notamment la présentation de plusieurs bulletins de nouvelles locaux, la production d'un téléroman quotidien et la création de plusieurs heures hebdomadaires d'émissions pour la jeunesse tout en favorisant divers projets de coproduction<sup>61</sup>. Un comité de programmation consultatif, composé entre autres de représentants du public, de créateurs et de producteurs indépendants, devait éclairer la direction sur les pistes à explorer en matière de programmation. De tels engagements nécessitaient une infrastructure économique à toute épreuve et le Conseil estimait que Quatre-Saisons était en meilleure posture à cet égard que Cogeco. Voilà donc ce qui motivait la décision du CRTC d'accorder la licence à Quatre-Saisons.

---

<sup>+++</sup> aux heures d'écoute que Quatre-Saisons estimait pouvoir obtenir, le CRTC ajoutait CFCF, la station de télévision de langue anglaise et la station CFQR-FM qui appartenait alors à CFCF.

## **Les décisions du CRTC: résultats prévus**

Le CRTC croyait que l'attribution d'une licence à Quatre-Saisons allait augmenter les choix offerts au Québec qui, à cet égard, était moins bien servi que le reste du Canada. Des choix plus nombreux allait sans doute permettre de stabiliser l'écoute francophone tout en permettant la création pour le Québec d'un acteur important qui, par sa taille, pourrait se rapprocher de certains des grands acteurs du Canada Anglais. Par une telle décision, le CRTC prenait fait et cause pour l'augmentation des ressources télévisuelles au Québec. C'est d'ailleurs au nom de cette augmentation souhaitée des ressources télévisuelles qu'il a accepté la demande faite par Radio-Québec pour diffuser de la publicité, la télévision éducative québécoise profitant ainsi d'un financement plus important lui permettant de mieux servir la population. Les conditions strictes de renouvellement de Télé-Métropole exposées précédemment servaient également à augmenter les ressources télévisuelles offertes à la population québécoise.

Tels sont les principaux points des décisions prises par le CRTC à la suite des audiences tenues à Montréal quelques semaines auparavant. Nous sommes maintenant en mesure d'interpréter les données accumulées jusqu'à maintenant.

### **Quatre-Saisons: une décision essentiellement de nature économique.**

Le CRTC avait reçu une candidature de Cogeco pour créer une troisième chaîne de télévision à Montréal et Québec. Cette entreprise, très active en région, avait sans doute l'oeil sur le marché

montréalais depuis un certain temps déjà et elle souhaitait s'étendre. Le CRTC devait donc répondre à une telle candidature et tenir une audience à ce sujet. Il n'est pas impossible que le Conseil ait profité du renouvellement des licences de TVA, Télé-Métropole et Radio-Québec venant alors à échéance pour les faire coïncider avec la tenue d'une audience portant sur la création d'une troisième chaîne à Montréal et Québec.

Dans un avis public daté du 15 novembre 1984, il invitait les entreprises intéressées à poser leur candidature<sup>62</sup>. On peut raisonnablement supposer que CFCF, appartenant à des francophones, souhaitait aussi s'établir dans le marché francophone le plus important du Québec<sup>§§§</sup>. D'autre part, CFCF ne pouvait laisser faire Cogeco, déjà très présent dans le câble et à la télévision en dehors de Montréal. En obtenant une licence de télévision à Montréal, Cogeco devenait un radiodiffuseur majeur au Québec et cela était sans doute menaçant pour CFCF qui, à la longue, pouvait être menacée de perdre son statut de deuxième plus important radiodiffuseur à Montréal.

Les entreprises requérantes, tout comme le CRTC et divers analystes, avaient remarqué l'extraordinaire rentabilité de Télé-Métropole et de CFCM-TV (Québec) dans les années 70 et le début des années 80. En 1985, nous étions à la fin de ce que des observateurs français ont appelé «les trente glorieuses», soit les trente années de très forte croissance économique que les grandes sociétés industrialisées ont connues après le deuxième conflit mondial. Par exemple, de 1979 à 1987, les recettes publicitaires francophones privées avaient augmenté de 83%<sup>63</sup>. Il y avait donc eu,

---

<sup>§§§</sup> Avant d'être propriétaire de CFCF achetée à la famille Bronfman, Jean Pouliot était copropriétaire de CFCM-TV, la station de télévision privée à Québec. Sa famille était fortement enracinée dans la ville de Québec et il était le fils d'Adrien Pouliot, un physicien de l'Université Laval très connu dans les années 40 et 50. D'après le reportage sur la famille Pouliot diffusée à l'émission de radio *Les affaires et la vie* à CBF, Radio-Canada, samedi le 20 avril 1996.

au moment de la tenue de l'audience, une croissance soutenue des revenus publicitaires québécois. Cogeco et CFCF pouvaient donc croire qu'elles seraient en mesure de tirer leur épingle du jeu si l'une d'elles décrochait la licence tant convoitée.

Il est possible qu'elles aient «forcé» un peu leurs engagements. Après tout, c'est le CRTC qui fixe les critères d'obtention d'une licence. Il fallait donc se présenter avec des engagements propres à satisfaire l'organisme fédéral. Par ailleurs, ces deux entreprises ne pouvaient évidemment pas prévoir laquelle des deux décrocherait la licence, l'indépendance du CRTC en matière d'attribution de licence d'une chaîne de télévision, tant par la loi de 1968 que par sa tradition, étant clairement établie aux yeux de tous. Il s'agissait donc là pour les deux entreprises requérantes de *l'incertitude* suprême et elles avaient tout intérêt à afficher une confiance absolue en leurs moyens et à passer sous silence les difficultés qu'elles risquaient d'affronter une fois la licence obtenue.

Kernaghan et Siegel ont bien fait ressortir le «jeu» des différents acteurs dans une audience. Le CRTC, en attribuant une licence, impose des conditions très précises à une entreprise. Si cette dernière connaît, quelques mois plus tard, des difficultés d'exécution des conditions de sa licence, elle peut toujours demander d'intervenir dans une autre audience pour affirmer qu'elle n'est pas en mesure de réaliser ses engagements à cause de circonstances imprévisibles. Le CRTC ne peut alors se permettre d'annuler la licence avec toutes les pertes d'emploi que cela pourrait entraîner. Il ne peut que prendre de grands airs et dire à l'entreprise en question de faire mieux dans les prochains mois, affirment Kernaghan et Siegel. On accuse alors le CRTC d'avoir été trop permissif. S'il avait

été plus dur avec l'entreprise en question, la situation serait probablement plus mauvaise qu'elle ne l'est alors et l'organisme fédéral serait tout autant critiqué<sup>64</sup>.

Il y a donc ici une dynamique propre aux acteurs en présence. On peut supposer que, au moment d'entreprendre une audience, aussi bien le CRTC que CFCF et Cogeco étaient conscients d'un tel jeu. Les deux entreprises requérantes avaient donc tout intérêt à faire un certain nombre d'engagements quitte à ce que, une fois la licence obtenue, l'organisation choisie s'adapte à la situation. Le CRTC était sans doute également conscient d'une telle approche et cela peut expliquer une certaine prudence dans l'énoncé de sa décision. Il ne faut pas oublier non plus que Télé Inter-Cité, l'entreprise ayant décroché la licence en 1972 pour créer une nouvelle chaîne de télévision à Montréal et Québec, n'avait pu concrétiser son projet faute d'argent<sup>65</sup>. Le CRTC se devait donc d'être encore plus prudent dans l'attribution d'une licence et examiner avec le plus grand soin possible le dossier financier des entreprises requérantes.

Les commissaires ont d'ailleurs parfaitement démontré leur connaissance des enjeux puisque le président André Bureau avait amorcé cette audience en insistant sur son importance pour l'avenir de la télévision québécoise<sup>66</sup>. Le CRTC s'est donc posé les grandes questions suivantes: était-il souhaitable de créer une nouvelle chaîne de télévision susceptible de rejoindre très bientôt toute la population québécoise? Est-ce qu'une telle entreprise était financièrement viable? Était-il souhaitable d'offrir un nouveau choix à la population québécoise? En avait-elle besoin? Comment les organisations participant à une telle audience ont-elles répondu à ces questions? À la lumière des données accumulées au moyen de notre grille, on peut avancer que les diverses organisations ayant

participé à ces audiences n'ont pas répondu à ces questions et se sont contentées d'affirmer leurs propres intérêts.

## **La défense des intérêts particuliers**

On ne peut en effet qu'être très frappé par l'omniprésence des *intérêts* de chacune des organisations. Chacune d'entre elles s'est contentée d'affirmer ses intérêts dans le développement de la télévision québécoise.

À titre d'exemple, mentionnons que la Société Radio-Canada s'est objectée à la création d'une nouvelle chaîne tout simplement parce que cela menaçait sa participation de plus en plus grande au marché publicitaire. L'ACRTLF, le regroupement des radiodiffuseurs privés, ne s'est absolument pas prononcé sur la création de cette licence. La chose était sans doute normale puisque deux de ses membres cherchaient à obtenir la licence en question. Par ailleurs, l'organisme s'est opposé à Radio-Québec qui cherchait à entrer dans le champ de la publicité. De son côté, l'Union des Artistes appuyait la création de la nouvelle chaîne MAIS dans la mesure où elle ferait travailler les comédiens. L'UDA est même allée jusqu'à recommander au CRTC d'exclure les émissions d'informations des règles du contenu canadien comme si la seule «vraie» télévision canadienne ne pouvait être que celle faisant appel aux dramatiques et aux téléromans. On comprend d'autant mieux une telle exigence quand on sait que les membres de l'UDA, comédiens de leur état, ne peuvent travailler dans des émissions d'information mais plutôt dans des dramatiques et des téléromans. Personne ne semble s'être alors demandé si la mise en application d'une telle exigence aurait bien servi la télévision elle-même ou, mieux encore, le public auquel cette dernière est censée s'adresser.

De la même façon, la CEQ, la FNC et le SPQA, les syndicats représentant des employés d'entreprises publiques de télévision, donc de ceux-là mêmes qui assuraient la production d'émissions à l'interne, s'objectaient à la création d'une nouvelle chaîne privée faisant appel aux producteurs indépendants. En procédant ainsi, les syndicats ne faisaient qu'affirmer leur crainte de voir diverses productions télévisuelles effectuées par des artisans n'appartenant pas à leur syndicat.

On peut alors se poser des questions sur la validité des arguments avancés par ces mêmes syndicats lorsque Lorraine Pagé, la présidente de la CEQ avançait que...

«...les deux promoteurs semblent vouloir emprunter à l'intelligence américaine. Ils font preuve eux-mêmes de peu d'intelligence puisque leur contenu de programmation se réfère aux quiz américains, aux vidéoclips, aux formules américaines de dramatiques mieux connues sous le nom de "soaps", aux "talk-shows" et même le traitement de l'information sera emprunté à nos voisins du sud, autant dans la forme que dans le fond.<sup>67</sup>»

Fallait-il comprendre d'une telle intervention que la télévision américaine était moins «intelligente» que la télévision québécoise d'alors?

L'Association canadienne des annonceurs s'objectait à la création d'une nouvelle chaîne parce que cela risquait d'affaiblir le marché publicitaire québécois. Quant au syndicat des techniciens de Télé-Métropole, il favorisait bien sûr le renouvellement de licence de son employeur. Pouvait-il d'ailleurs faire autrement puisque, si l'entreprise avait dû fermer ses portes à la suite d'une décision du CRTC, tous ses membres auraient perdu leur emploi. Le syndicat s'est contenté de demander au CRTC d'imposer comme condition de renouvellement à TM l'obligation de diffuser moins d'émissions doublées. Une telle demande s'explique bien sûr par le fait que la diffusion d'émissions doublées

enlevait du travail à ses membres. L'affirmation faite par la direction de Télé-Métropole à l'effet que le public québécois était, dans une certaine mesure, friand de telles émissions n'a même pas été soulevée ou discutée par les représentants du syndicat. Seuls les intérêts du syndicat comptaient dans son intervention.

Bref, et nous pourrions reprendre les positions de chacune des organisations ayant participé à l'audience, les intérêts particuliers étaient tout à fait dominants. Radio-Québec n'a pas échappé à cette définition d'intérêts particuliers observée chez tous les participants de l'audience. Le gros de sa présentation a porté sur son renouvellement de licence et l'organisme en avait plein les bras pour définir sa propre existence:

«...périodiquement Radio-Québec a été remise en question parce que périodiquement les médias ou les gens qui s'intéressent à la télévision se sont interrogés sur l'avenir de Radio-Québec mais disons que nous avons connu au cours de l'automne dernier une période particulièrement intensive quant à ces remises en question et je dois dire puisque c'est un secret de polichinelle que toutes sortes d'options ont été envisagées à ce moment-là \*\*\*\*<sup>68</sup>».

De plus les commissaires du CRTC ont fortement insisté sur le décret de juillet 1972 du gouverneur en conseil interdisant à un organisme comme Radio-Québec de diffuser une programmation non-éducative<sup>69</sup>. Radio-Québec se voyait donc obligé par le CRTC de définir le caractère éducatif de sa programmation ce qui, de toute évidence, n'était pas une opération très facile:

«...on doit se dire très honnêtement entre nous que les frontières entre ce que constitue une télévision éducative et une télévision plus généraliste ne sont pas clairement déterminées et il est sûr que les autres télévisions présentent à l'occasion des émissions qui sont de nature éducative et que nous, à l'occasion faisons la même chose, on peut être perçu comme

---

\*\*\*\* Le secret de polichinelle en question, c'est la fermeture de Radio-Québec qui aurait été envisagée par le gouvernement d'alors, dirigé par René Lévesque.

présentant des émissions qui le sont de la même façon sur les autres réseaux. Je pense qu'il faut admettre que la frontière ne sera jamais parfaitement délimitée...<sup>70</sup>»

«...si vous me demandez de vous donner LA notion ou LA définition de la télévision éducative, je pense qu'elle n'existe pas, je pense qu'elle varie et je pense qu'on doit l'interpréter au meilleur de notre connaissance, ce que l'on tente de faire<sup>71</sup>»

Par ailleurs, Radio-Québec toujours à la défense de ses propres intérêts, a mis beaucoup d'énergie à justifier sa demande pour diffuser des messages publicitaires.

Finalement, mis à part les deux entreprises requérantes et Télé-Métropole, personne ne semble avoir beaucoup insisté sur les goûts du public québécois.

### **L'attrance des programmations de langue anglaise sur les téléspectateurs de langue française**

Certes, on a quand même abordé un peu cette question des goûts du public québécois, mais essentiellement pour souligner le fait que de plus en plus de francophones regardaient la télévision en langue anglaise. Les deux organisations télévisuelles requérantes s'étaient penchées sur cette question tout simplement pour répondre à la question posée par le CRTC dans son appel de demandes portant sur la création d'un nouveau service de télévision de langue française à Montréal et Québec notamment en étudiant...

«... l'auditoire-cible prévu du nouveau service, compte tenu du comportement des téléspectateurs francophones, ainsi qu'une explication de la manière dont le nouveau service entend ramener les téléspectateurs francophones qui auraient délaissé les services de langue française au profit de services de langue anglaise.<sup>72</sup>»

Sans entrer dans le détail d'une discussion de nature très technique, on peut effectivement remarquer que de 1976 à 1983 il y avait eu une baisse de l'écoute francophone mais cette tendance s'était renversée dès 1984 soit près de deux ans AVANT l'audience<sup>73</sup>. D'ailleurs, lorsque l'on consulte l'étude à laquelle il a été fait si souvent allusion en audience, une étude faite par les professeurs André H. Caron et Luc Giroux pour le compte du Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone, on constate que cette baisse répétée à satiété ne s'est pas traduite par une hausse correspondante de l'écoute anglophone.

Nombre moyen d'heures hebdomadaires  
consacrées à l'écoute de la télévision par des Montréalais francophones

Années	Chaînes françaises	Chaînes anglaises	Chaînes américaines	Total
1976	20,7	2,3	1,1	24,1
1978	19,5	2,7	1,4	23,6
1979	18,6	2,8	1,1	22,5
1981	18,3	2,9	1,8	23,0
1982	17,7	3,2	1,9	22,8
1983	16,1	3,6	2,1	21,8
1984	17,3	2,7	1,6	21,5

Ce tableau est tiré de André H. Caron et Luc Giroux, *Les Québécois francophones et l'écoute de la télévision de langue anglaise: 1976-1984*, pour le compte du Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone, Québec, Direction des communications du Ministère des communications du Québec, 1985, tableau 7, p. 22.

D'un côté, il y avait eu baisse jusqu'en 1984 de l'écoute francophone mais sans hausse équivalente de l'écoute anglophone par des francophones. Était-il approprié de qualifier un phénomène qui s'était arrêté de lui-même deux ans avant l'audience de «transfert linguistique»<sup>74</sup>?

Nous avons souligné précédemment que les commissaires avaient demandé aux deux entreprises requérantes de démontrer un tel transfert et qu'aucune des deux n'avait été en mesure de le faire. De toute évidence, les commissaires du CRTC n'ont pas retenu cette hypothèse des «transferts linguistiques». Voilà pourquoi on peut affirmer que l'attrait des émissions anglophones sur les spectateurs francophones et d'hypothétiques transferts d'écoute ont finalement peu joué dans la décision du CRTC qui, dans sa décision d'attribuer la licence à Quatre-Saisons, s'exprimait en ces termes:

«Dans son appel de demandes, le Conseil avait fait état du glissement d'une part de l'auditoire francophone de Montréal qui avait, ces dernières années, délaissé les services de langue française au profit des services de langue anglaise. D'après les informations supplémentaires qui lui ont été transmises lors de l'audience et l'analyse des résultats de sondages récents, le Conseil a constaté que ce phénomène a pu être causé en partie par des facteurs extérieurs et conjoncturels et que le phénomène de glissement s'était arrêté à l'automne 1984, la part d'écoute des stations de langue française étant maintenant revenue à la situation de 1979.<sup>75</sup>»

Nous avons établi dès le début de notre recherche que divers observateurs du développement récent des médias québécois expliquaient la création de Quatre-Saisons par la nécessité de faire cesser le transfert de l'écoute francophone vers des chaînes de langue anglaise<sup>76</sup>. À la lumière des données recueillies jusqu'à maintenant, une telle explication devrait être abandonnée. Les préoccupations d'ordre linguistique ont joué de façon très secondaire dans la création d'une deuxième chaîne privée de télévision de langue française au Québec. Les deux entreprises requérantes ont été amenées sur

ce terrain tout simplement parce que le CRTC l'avait demandé et, croyons-nous, elles ont fortement accentué le «danger» des transferts comme argument de vente pour «démontrer» l'urgence de la création d'une nouvelle chaîne française, ce qui, dans les circonstances, était tout à fait dans leur intérêt. Les commissaires du CRTC, après avoir allumé l'incendie, ont expliqué cette baisse temporaire de l'écoute francophone par des facteurs comme la «bilinguisation» croissante de la population montréalaise et la grève récente de Télé-Métropole qui avait contribué à réduire sensiblement l'offre télévisuelle au Québec à cette époque<sup>77</sup>.

## **Le CRTC démontre son autorité**

Les données recueillies jusqu'à maintenant révèlent que le CRTC a bel et bien démontré son autorité dans ce dossier. Nous avons souligné dans l'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise que les représentants d'agences régulatrices canadiennes éprouvent un certain dédain pour les préoccupations des politiciens et c'est très exactement ce que le président André Bureau a fait en audience en insistant sur l'indépendance totale du CRTC pour décider par lui-même de la pertinence ou non de créer une nouvelle chaîne de télévision au Québec.

L'organisme fédéral a pris fait et cause pour la création d'une nouvelle chaîne de télévision à Montréal et Québec tout simplement parce qu'il a comparé Montréal et Québec aux autres grands centres urbains canadiens. Cette comparaison l'a amené à conclure que Montréal et Québec étaient moins bien servis en matière de services télévisuels que les autres grands centres canadiens. À partir de sa vision d'ensemble élaborée selon des critères «canadiens», le CRTC a reconnu le «besoin» de

doter Montréal et Québec d'une nouvelle chaîne de télévision. En procédant ainsi, a-t-il bien tenu compte de la spécificité de la télévision québécoise reconnue pourtant à maintes reprises? La question reste ouverte. Le CRTC aurait très bien pu en arriver à des conclusions différentes avec des critères différents. Il ne l'a pas fait.

Ce «besoin» étant reconnu, il lui fallait se demander si, économiquement, il était possible de créer une nouvelle chaîne.

« Après une étude attentive des résultats des analyses soumises par les requérantes, des interventions soumises et suite aux discussions à l'audience publique, le Conseil en est venu à la conclusion qu'il existe à Montréal un marché publicitaire suffisant pour justifier la venue d'une nouvelle station de télévision de langue française et que la situation financière des entreprises de radiodiffusion en présence est suffisamment saine pour ne pas mettre en péril leur existence ou la qualité de leur service<sup>78</sup> ».

Les capacités économiques du marché montréalais étant «démontrées», il ne restait plus qu'à déterminer laquelle des deux organisations télévisuelles étaient le plus en mesure de créer la nouvelle chaîne. Si la demande de CFCF a été acceptée, c'est surtout parce que les garanties financières apportées à son projet étaient plus grandes que celles de Cogeco. Telle a été, selon nous, la dynamique fondamentale entre les différents acteurs du système télévisuel québécois et c'est une telle dynamique qui explique la création d'une nouvelle chaîne de télévision au Québec.

Par la suite, la régie fédérale a été très loin dans l'examen des dossiers des entreprises requérantes et elle n'a pas hésité, en octroyant la licence à Quatre-Saisons, à prendre fait et cause pour la naissance

d'une entreprise majeure en communications dont, selon elle, le Québec avait grand besoin<sup>†††</sup>. Les nombreuses conditions accompagnant ses décisions nous portent également à croire que le CRTC n'a absolument pas pratiqué de déréglementation. Certes, le Conseil n'a pas édicté de règlements aussi précis que ceux que l'organisme avait, par exemple, déterminés en matière de publicité ou de contenu canadien. Ce n'est sans doute pas au moment de l'attribution de licences qu'il doit commencer à faire des règlements. Mais il a été trop actif en audience, trop précis dans ses décisions pour que l'on puisse croire que les forces du marché ont été laissées à elles-mêmes dans l'établissement d'une nouvelle chaîne de télévision à Montréal.

### **Le manque d'intérêt du CRTC pour les programmations**

Pendant les audiences, des problèmes très importants ont été soulevés notamment par Radio-Canada, Radio-Québec et Télé-Métropole. Les télévisions publiques ont insisté sur la baisse des subventions gouvernementales et tant Radio-Canada que Télé-Métropole ont insisté sur l'évolution des goûts des téléspectateurs de plus en plus attirés par les émissions à budget important. Les représentants de Télé-Métropole ont souligné également que les téléspectateurs ne restaient plus à l'écoute d'une même chaîne pendant toute une soirée, les choix se faisant désormais à l'émission.

---

<sup>†††</sup> Il est intéressant de mentionner que, dans la décision d'attribuer la licence à Quatre-Saisons, la commissaire Monique Coupal a exprimé une voix dissidente en affirmant dans un court texte joint à cette décision que, tout en reconnaissant la supériorité du dossier de Quatre-Saisons sur celui de Cogeco, elle n'était pas d'accord pour attribuer une licence à CFCF Inc. car cela créait une concentration de propriété donnant à cette entreprise des privilèges indus. In *Décision CRTC 85-733, op. cit.*, p. 16.

Il aurait été intéressant d'approfondir de telles remarques puisqu'elles laissaient entrevoir des changements importants dans la réalité télévisuelle québécoise. Il est étonnant que, dans les décisions, il n'y ait eu aucune référence à ces mouvements d'auditoire. Nous émettons l'hypothèse que les commissaires n'étaient tout simplement pas en mesure de se prononcer à ce sujet tout simplement parce qu'ils n'en savaient rien. La télévision existe finalement par son grand public, avons-nous déjà souligné. Il est étonnant qu'aucune donnée n'ait été avancée à ce sujet dans les décisions liées à la tenue de cette audience.

Deux autres points méritent d'être soulevés. En premier lieu, on note la très grande ambiguïté de Radio-Québec vis-à-vis de son mandat. Ne peut-on pas supposer que cette difficulté de Radio-Québec à définir son mandat serait une des explications aux problèmes incessants de cette organisation télévisuelle? Il est également intéressant de noter que le CRTC a accordé énormément d'attention à la définition de sa programmation.

Enfin, on peut supposer que le résultat de cette audience a dû être très pénible à accepter pour Cogeco qui avait quand même monté un projet d'envergure au montant de 65 millions de dollars. L'entreprise se trouvait donc exclue pour longtemps du marché montréalais. Il est quand même ironique de constater que Cogeco, tout en n'ayant pas de licence, a fortement influencé le processus puisque la création d'une troisième chaîne de télévision de langue française est le résultat direct de son action. On peut penser qu'un tel refus a dû peser lourd dans son orientation à partir des années 85.

Il n'est pas inutile à cet égard de rappeler que Cogeco a réussi au printemps 96 à empêcher CFCF d'acheter Télé-Métropole. Une telle transaction aurait permis à CFCF de devenir propriétaire des deux chaînes de télévision privées de Montréal. Vidéotron a bien cherché par la suite à devenir propriétaire de Quatre-Saisons tout en gardant Télé-Métropole, mais sans succès. Lors de l'audience de décembre 1996 portant sur la demande de Vidéotron d'acheter Quatre-Saisons, Cogeco s'est objecté à la demande de Vidéotron et a déclaré son intérêt à acheter TQS si jamais le CRTC refusait la demande de Vidéotron<sup>+++</sup>.

La création de Quatre-Saisons s'est faite à l'intérieur du milieu de la radiodiffusion québécoise, c'est-à-dire entre le CRTC, les organisations télévisuelles elles-mêmes et les intervenants. L'affirmation voulant que des politiciens aient invité le CRTC à tenir des audiences de façon à favoriser la concurrence et améliorer ainsi la qualité et la diversité de la programmation nous semble désormais

---

<sup>+++</sup> Cogeco a tout fait pour empêcher la transaction entre Vidéotron et CFCF dans laquelle les deux entreprises s'échangeaient les actifs de Télé-Métropole, Quatre-Saisons et Cable TV. CFCF Inc. a voulu acheter Télé-Métropole de Vidéotron pendant qu'elle vendait sa filiale CF Cable à Vidéotron. Mais Cogeco à titre d'actionnaire minoritaire de CFCF qui n'avait pas été consulté pour une telle transaction a contesté cette vente et a porté cette cause devant les tribunaux pour la gagner. Par la suite, Cogeco a offert d'acheter CFCF Inc. pour un montant supérieur à celui de Vidéotron. Voyant cela, juste avant la rencontre cruciale entre les actionnaires de CFCF, la direction de CFCF a tout simplement offert sans conditions toute l'entreprise à Vidéotron pour 367 millions de dollars. Vidéotron se retrouvait du coup à la tête de Télé-Métropole, Quatre-Saisons, CFCF et CF Câble tout ceci devant être approuvé par le CRTC. D'après les articles suivants: Colpron Suzanne *Adrien Pouliot, l'homme du nouvel empire de la télévision*, cahier arts et spectacles, La Presse, 17 février 1996. Tremblay Miville *Rationalisation TM-TQS: à CFCF de bouger*, La Presse, 20 février 1996, p. C1. Jannard Maurice *Le diffuseur privé doit évoluer* et Dupaul Richard *CFCF: patience*, in La Presse, 6 mars 1996, p. D 3. Dupaul Richard *Saga CFCF: les analystes accordent peu de chances à Cogeco* in La Presse 23 avril 1996, p. C1. Dupaul Richard *Saga CFCF: victoire des Pouliot et Chagnon* in La Presse 22 mai 1996, p. D1. Par la suite, le CRTC a refusé le demande de Vidéotron d'acheter Quatre-Saisons in *Décision CRTC 97-84*.

Certains observateurs estiment que la famille Pouliot s'est retrouvée plus riche de 90 millions (avant impôt) et qu'elle va tenter à nouveau de prendre pied dans la radiodiffusion québécoise «parce qu'Adrien Pouliot n'est pas le genre à liquider le tout pour profiter de ses millions en Floride à 45 ans» a même avancé à son sujet le politologue de l'Université Laval Guy Lafortest, un de ses confrères de collègue. D'après le reportage sur la famille Pouliot diffusé aux *Affaires et la Vie*, CBF, Radio-Canada, le 20 avril 1996, transcription par l'auteur.

À l'audience publique du CRTC tenue à Montréal les 2-3-4 décembre 1996 et portant entre autres sur l'acquisition de Quatre-Saisons par Vidéotron, COGECO s'est opposée à cette transaction et a manifesté son intérêt à acheter Quatre-Saisons. Audience entièrement retransmise par la chaîne CPAC. Transcription faite par l'auteur.

très secondaire pour expliquer la création de Quatre-Saisons<sup>79</sup>. Le CRTC, croyons-nous, est resté indépendant et il n'a pas été sensible à des pressions de politiciens souhaitant augmenter la concurrence de la télévision francophone. Nous l'avons vu dans l'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise, cela aurait été d'ailleurs contraire à la tradition d'indépendance des agences régulatrices canadiennes à l'égard du pouvoir politique.

À la lumière des données recueillies dans cette audience, on ne peut pas prétendre que le CRTC a laissé aux radiodiffuseurs toute la latitude voulue pour interpréter la loi de radiodiffusion<sup>80</sup>. Pour le meilleur et pour le pire, l'organisme fédéral a pris ses responsabilités et il a vraiment cherché à influencer le développement de la télévision québécoise selon ses connaissances et ses pouvoirs.

Le CRTC, un appareil bureaucratique canadien, tenait à ce que le Québec soit sur le même pied que les autres provinces et il a décidé qu'il fallait favoriser la création d'une troisième chaîne de langue française à partir de critères « nationaux » et de considérations essentiellement économiques. N'y aurait-il pas été approprié de considérer la télévision québécoise comme étant une entité obéissant à ses propres règles et ses propres caractéristiques? De toute évidence, le CRTC n'a pas analysé la situation selon de tels termes.

Dans cette audience majeure pour la télévision québécoise, les préoccupations de programmation, sauf en ce qui a trait au statut éducatif des émissions de Radio-Québec, ont été peu importantes. Que l'on soit d'accord ou pas avec l'approche « nationale » du CRTC est secondaire à cette étape-ci

de la recherche. Les données recueillies jusqu'à présent nous portent à croire que c'est ainsi que les choses se sont passées.

L'autorité démontrée par le CRTC dans l'attribution d'une licence ne devrait d'ailleurs pas surprendre. Tel que souligné dans l'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise, une telle attitude s'inscrit dans une tradition bien canadienne « d'intervention » gouvernementale dans le secteur de la radiodiffusion. Nous allons d'ailleurs constater qu'au moment de la création des chaînes spécialisées québécoises deux ans plus tard, le CRTC allait accentuer sa domination sur le système télévisuel québécois.

**ANNEXE**

**Les stratégies des acteurs sociaux**

**Audience Quatre-Saisons**

TVA<sup>81</sup>**LES VALEURS***a) les problèmes*

Les francophones sont de plus en plus attirés par les émissions anglophones.

Au Québec, on ne peut avoir recours à **la substitution**<sup>§§§§</sup>, une mesure fort populaire au Canada anglais mais inapplicable à la télévision québécoise.

Les publicités présentées à une nouvelle chaîne ne vont pas pousser les consommateurs québécois à dépenser davantage, ceux-ci dépensant déjà le maximum de leurs revenus.

L'Ouest canadien est en pleine expansion, contrairement au Québec. La télévision de l'Ouest peut donc se développer davantage que la télévision québécoise.

*b) Les besoins*

Les Québécois recherchent des émissions de qualité équivalente à ce qui est offert à la télévision américaine.

*c) La solution-objectif*

Améliorer «à l'américaine» la qualité des émissions de la télévision québécoise.

**LES PRINCIPES D'ACTION***a) Les zones d'incertitude*

Les revenus publicitaires des chaînes privées vont baisser puisque Radio-Canada a davantage recours à la publicité et que Radio-Québec va faire de même<sup>\*\*\*\*\*</sup>.

---

<sup>§§§§</sup> **Substitution:** Le CRTC exige, toutes les fois qu'une station locale et qu'une station éloignée de n'importe quel réseau diffusent toutes les deux la même émission au même moment, que les câblodistributeurs substituent le signal local au signal éloigné de façon à ce que les abonnés reçoivent le signal local sur les deux canaux en question. C'est ce qui fait que les radiodiffuseurs programment des **émissions américaines** aux heures de grande écoute mais comportant des **messages publicitaires canadiens**. In Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.* p. 101. Une telle mesure assure les diffuseurs canadiens du maximum de retombées financières **au Canada** pour une émission **américaine**, ce qui ne peut être fait à la télévision québécoise.

<sup>\*\*\*\*\*</sup> Radio-Québec, à cette même audience, faisait une demande au CRTC pour diffuser de la publicité.

Le marché canadien est différent du marché québécois. Des décisions du CRTC appliquées à la grandeur du pays peuvent être néfastes à la télévision québécoise.

*b) Les capacités*

TVA représente le plus important regroupement de chaînes privées au Québec<sup>++++</sup>.

Service de nouvelles de TVA se compare avantageusement à celui de la SRC.

Contrairement à ce qui est avancé, TVA estime qu'il y a suffisamment de temps publicitaire pour diffuser toutes les publicités sans recourir à une nouvelle chaîne.

TVA hésite à offrir un service pour malentendants, cela coûtant fort cher.

*c) Nature des rapports*

Les actionnaires de TVA sont tous égaux, chacun détenant un nombre égal d'actions excluant tout contrôle par l'un ou l'autre des membres.

TVA souhaite que le CRTC ne donne pas de licence et attend les développements.

*d) Augmentation des ressources*

TVA souhaite une augmentation des ressources des stations existantes pour offrir un meilleur service et cela nécessite que le marché ne soit pas davantage fractionné par l'addition d'une nouvelle chaîne.

## **RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

Compte tenu de l'incertitude devant les prochaines décisions du CRTC, TVA se sent incapable de prévoir quelque résultat que ce soit.

---

<sup>++++</sup> Réseau TVA: le réseau comprenait alors CFTM-TV Montréal, CFCM-TV Québec, CFER-TV Rimouski, CFER-TV-2 Gaspé Nord, CJPM-TV Chicoutimi, CJPM-TV-1 Chambord, CHLT-TV Sberbrooke, CHEM-TV Trois-Rivières, CIMT-TV Rivière-du-Loup, CIMT-TV-1 Edmundston (Nouveau-Brunswick), CIMT-TV-2 Trois-Pistoles, CIMT-TV-4 Baie Saint-Paul, CHOT-TV Hull/Ottawa, CFEM-TV Rouyn/Noranda, CFEM-TV-1 Val d'Or, CHAU-TV Carleton et différents réémetteurs.

## TÉLÉ-MÉTROPOLE<sup>82</sup>

### *LES VALEURS*

#### *a) Les problèmes*

La création d'une nouvelle chaîne de télévision va entraîner des difficultés économiques sérieuses pour les chaînes existantes parce que les ressources financières de la société québécoise sont limitées.

Les marchés publicitaires anglophone et francophone sont structurés de façon très différente.

La publicité destinée aux enfants vient d'être supprimée au Québec, ce qui prive les chaînes existantes de revenus importants.

Les Québécois sont de plus en plus bilingues, ce qui les pousse à rechercher des émissions faites «à l'américaine» nécessitant des moyens importants.

#### *b) Les besoins*

Le public recherche d'abord et avant tout des émissions originales suivies d'émissions américaines doublées.

#### *c) Les solutions-objectifs*

Les téléspectateurs apprécient de plus en plus des émissions à budget élevé. Il faut donc laisser les chaînes existantes pouvoir compter sur des revenus importants.

Télé-Métropole entend maintenir ses infrastructures de production plutôt que de faire appel aux producteurs indépendants. C'est ainsi qu'elle a connu du succès.

### *LES PRINCIPES D'ACTION*

#### *a) Les zones d'incertitude*

Les téléspectateurs ne sont plus inconditionnellement fidèles à un poste comme auparavant. Désormais, ils font leur choix émission par émission.

Si Quatre-Saisons obtient la licence, CFCF va tenter de servir à la fois les marchés national et local francophone et anglophone. Télé-Métropole à ses débuts avait dû se contenter d'un marché local qu'il avait créé de toutes pièces.

Étant affilié à CTV, CFCF pourra acquérir des films américains à bon prix et garder l'exclusivité pour le marché francophone de Quatre-Saisons.

*b) Les capacités*

Programmation: 43 500 000\$

38 000 000\$ (production d'émissions originales)  
5 700 000\$ (acquisition d'émissions étrangères)

TM obtient le plus grand nombre d'heures d'écoute au Canada.

Part de marché de TM: 37%

TM obtient 14 des 20 émissions les plus populaires.

Création d'un service de développement de programmes avec budget de 250 000\$.

Création d'un comité de planification pour évaluer et réorienter la programmation de façon à lutter plus efficacement contre la fragmentation des auditoires causée par la multiplication des chaînes.

Participation financière à des longs métrages.

*c) Nature des rapports*

Tout ou à peu près se fera à l'interne. C'est de cette façon que TM a connu du succès dans le passé.

Télé-Métropole participe à TV5, de façon à favoriser de nouveaux débouchés pour ses productions et découvrir autre chose que des productions américaines. TM espère également intéresser les Européens à utiliser son complexe intégré de production. Participation à des missions techniques en Europe et à un groupe France-Québec sur la coproduction.

*d) Augmentation des ressources*

Concurrence obligeant, TM va consacrer davantage de ressources financières humaines et techniques à ses activités tout en gardant les principes d'action qui lui ont permis de connaître tant de succès.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

L'augmentation des dépenses en publicité ne sera pas suffisante pour permettre aux trois chaînes d'obtenir des revenus convenables. Il va y avoir un partage de revenus publicitaires stables à trois plutôt qu'à deux.

Les budgets de Télévision Saint-Laurent et Quatre-Saisons ne sont pas suffisants.

Une concurrence accrue pour l'obtention de droits de diffusion de longs métrages va entraîner une inflation des coûts à ce sujet.

Une concurrence accrue pour les revenus publicitaires, qui n'augmenteront pas suffisamment, et des budgets insuffisants de la nouvelle organisation télévisuelle va forcément entraîner une baisse de qualité de l'offre télévisuelle à Montréal. C'est tout le Québec qui va en souffrir.

-----

**RADIO-QUÉBEC<sup>83</sup>****LES VALEURS***a) Les problèmes*

Il n'y a pas de problèmes de transferts d'écoute au Québec mais plutôt une importation massive de formules d'émissions américaines.

Il y a trop d'émissions américaines doublées en français à la télévision québécoise.

Face à la menace américaine, une stratégie quantitative fondée sur la création d'un plus grand nombre de chaînes francophones ne peut s'appliquer au Québec.

L'existence de Radio-Québec est constamment remise en question.

Il n'y a pas de consensus sur le caractère éducatif de Radio-Québec.

À cause de son mandat, Radio-Québec doit diffuser un nombre élevé de reprises d'émissions et maintenir un coûteux système de prêt d'émissions.

*b) Les besoins*

Radio-Québec répond à des besoins très précis de la population québécoise parce que:

- son système de prêt d'émissions est très apprécié,
- la chaîne rejoint 2,5 millions de personnes par semaine et 80% de cet auditoire se dit satisfait de sa programmation.

Il y a un nombre croissant de créateurs, d'artistes et de producteurs indépendants au Québec que Radio-Québec se doit d'encourager.

Il y a des besoins croissants en matière de diffusion d'émissions sous-titrées pour malentendants.

*c) Les solutions-objectifs*

Pour le Québec, il faut une approche fondée sur la qualité des services offerts plutôt que sur la quantité. Des services spécialisés offerts au Québec doivent être originaux et de qualité comparable à ceux qui sont offerts en anglais.

Radio-Québec doit demeurer une télévision éducative et culturelle. Le caractère éducatif de sa programmation ne peut être compris que si on évalue cette dernière dans son ensemble et non émission par émission.

Une programmation éducative se caractérise par des émissions comportant des aspects formels pendant que d'autres ont des aspects non formels.

- Les émissions avec « aspects formels » se caractérisent par des auditoires clairement identifiés et captifs associés à des activités de rétroaction et d'évaluation.
- Les émissions aux « aspects non-formels » se caractérisent par des auditoires moins clairement identifiés qui peuvent acquérir des connaissances et enrichir leur savoir selon des modalités associées au perfectionnement continu.

Il faut favoriser le plus possible l'utilisation de sous-titres pour malentendants.

De telles activités nécessitent des budgets accrus qui seront fournis par la publicité, une activité très bien balisée à cause du mandat éducatif de Radio-Québec.

### **LES PRINCIPES D'ACTION**

#### *a) Les zones d'incertitude*

Radio-Québec ne peut définir très précisément son mandat éducatif qu'il faut considérer en devenir.

#### *b) Les capacités*

62 000 000\$ de crédits votés par le Parlement de Québec.

Les actions suivantes ont été posées:

1 763 000\$ à des maisons de distributions québécoises pour l'acquisition de documents étrangers.

80 000\$ acquisition de documents produits au Québec.

4 985 500\$ participation à des projets de production privés québécois

300 000\$ documents vendus récemment à l'étranger<sup>\*\*\*\*</sup>.

Le mandat de la Société est inscrit dans la loi québécoise sur la programmation éducative.

<sup>\*\*\*\*</sup> Les chiffres donnés ici s'appliquent à l'exercice financier 83-84. Voir Girard Jacques, PDG de Radio-Québec, in Audience publique, *ibid.*, pp. 1210-1211 et 1226.

Radio-Québec rejoint un nombre de plus en plus élevé de téléspectateurs qui se disent très satisfaits.

La Société a complété ses structures de régionalisation, ce qui lui donne des centres de production et de diffusion dans tout le Québec.

*c) Nature des rapports*

L'organisme est bien implanté dans son environnement et il le sera encore davantage s'il a accès au marché publicitaire. Pourquoi refuser à Radio-Québec ce qui est accordé à Radio-Canada?

Radio-Québec ne devrait pas recevoir plus de 2,7% des budgets québécois de publicité nationale, ce qui n'affecterait pas les revenus des autres chaînes.

*d) Augmentation des ressources*

Radio-Québec prévoit des augmentations de type qualitatif par le maintien de son coûteux système de prêt, l'augmentation de ses heures de diffusion, le maintien de sa régionalisation et un encouragement important des jeunes créateurs aussi bien que des producteurs indépendants.

Pour accentuer son mandat éducatif, Radio-Québec doit explorer de nouvelles formules d'émissions d'information.

### ***RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR***

Grâce à l'addition très raisonnable et très bien balisée d'activités publicitaires, Radio-Québec va pouvoir mieux servir la population québécoise.

-----

**RADIO-CANADA**<sup>84</sup>**LES VALEURS***a) Les problèmes*

Il est faux de croire que les téléspectateurs francophones vont délaisser la télévision anglaise si on crée une chaîne française supplémentaire.

Les deux organisations télévisuelles requérantes prévoient des budgets de programmation trop bas même si elles se proposent d'avoir massivement recours aux producteurs indépendants.

Les francophones regardent la télévision de langue anglaise pour voir des dramatiques, des films et des téléseries, soit des genres d'émissions dont les coûts de production sont très élevés. La nouvelle chaîne n'aura pas les moyens de produire de telles émissions.

*b) Les besoins*

Les Québécois recherchent de plus en plus des films et dramatiques dotés de ressources considérables.

*c) La solution-objectif*

Il faut offrir aux Québécois des émissions dotées de moyens considérables, une solution que les entreprises requérantes sont incapables de mettre en pratique à cause de leurs budgets restreints.

**LES PRINCIPES D'ACTION***a) Les zones d'incertitude*

À cause de la création d'une nouvelle chaîne, il y aura un nouveau partage des revenus publicitaires, partage risquant d'affecter gravement Radio-Canada dont les subventions gouvernementales sont de plus en plus réduites. Cela va affecter à la longue la qualité de ses services.

Si la télévision montréalaise est affaiblie, c'est tout le marché québécois qui l'est parce que 80% du marché québécois se limite à Montréal et Québec. Obtenir une licence pour Montréal et Québec, c'est obtenir une licence pour tout le Québec.

*b) Les capacités*

Radio-Canada, une Société de la Couronne, représente le radiodiffuseur le plus important au Canada et au Québec et est inscrit dans les lois votées par le parlement canadien depuis ses tout débuts. Chaque année, la Société reçoit des crédits parlementaires.

Dans l'année en cours, le budget de Radio-Canada avait été réduit de 75 millions de \$ et il avait fallu augmenter ses revenus publicitaires. Ainsi la Société, jusqu'à tout récemment, diffusait 10 minutes de publicité à l'heure et elle diffusait maintenant la limite légale autorisée par le CRTC, soit 12 minutes à l'heure.

*c) Nature des rapports*

Le recours plus grand aux revenus publicitaires avait poussé Radio-Canada dans une situation de plus grande concurrence avec les autres chaînes. Une situation aussi fragile faisait que Radio-Canada demandait au CRTC de reconsidérer son intention d'accorder une licence à une nouvelle chaîne privée de langue française.

*d) Augmentation des ressources*

Le recours plus grand à la publicité avait permis à Radio-Canada de maintenir ses services et même de les augmenter. Cela ne sera pas toujours possible.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

L'introduction d'une nouvelle chaîne pourrait entraîner à la longue une réduction quantitative et qualitative des services offerts par Radio-Canada.

-----

**RADIO-SAGUENAY, TÉLÉ BAIE-DES-CHALEURS ET PATHONIC<sup>§§§§§</sup>et<sup>85</sup>****LES VALEURS***a) Les problèmes*

Les stations régionales touchent une partie des revenus des budgets nationaux et, si ces derniers baissent, les stations régionales seront les premières affectées.

Compte tenu des ressources limitées du marché québécois, l'entreprise retenue pour créer une nouvelle chaîne sera incapable d'honorer ses engagements et le CRTC va se trouver dans l'obligation d'accepter de réduire les engagements de la nouvelle chaîne.

*b) Les besoins*

Il n'y a aucun besoin pour une nouvelle chaîne de télévision au Québec.

*c) La solution-objectif*

Si le CRTC décide d'accorder une licence, il doit obliger les câblodistributeurs à ne pas distribuer le nouveau signal en région. De cette façon les radiodiffuseurs régionaux seront protégés.

-----

---

<sup>§§§§§</sup> Notre étude se limite aux chaînes montréalaises, mais la création d'une nouvelle chaîne à Montréal, cela étant reconnu par tous les organismes participant à cette audience, avait un impact réel sur toutes les chaînes de télévision au Québec et trois d'entre elles ont tenu à intervenir: Radio-Saguenay, propriétaire de CKRS-TV (Jonquière), Télé Baie-des-Chaleurs, propriétaire de CHAU-TV Carleton et et Pathonic, propriétaire de Télé 7 (Sherbrooke) et CFCM-TV (Québec).

**L'ACRTL<sup>F\*\*\*\*\*</sup> et <sup>86</sup>**

**LES VALEURS**

*a) Les problèmes*

La programmation de Radio-Québec est de moins en moins éducative et ressemble à celle des autres télévisions.

*b) Les besoins*

Le marché publicitaire est stable et offre des possibilités de développement très réduites.

*c) La solution-objectif*

Radio-Québec ne doit pas avoir d'activités publicitaires.

**LES PRINCIPES D'ACTION**

*a) Les zones d'incertitude*

Si Radio-Québec se met à diffuser de la publicité, cela risque de nuire au développement des chaînes privées qui voient depuis quelques temps leurs revenus publicitaires baisser ou rester stables.

*b) Les capacités*

L'ACRTL<sup>F</sup> est le regroupement des représentants des principaux radiodiffuseurs privés.

*c) Diminution des ressources*

Il fallait comprendre que, dans l'état actuel du marché, les revenus publicitaires étaient appelés, au mieux, à rester stables, sinon à diminuer.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

Laisser Radio-Québec entrer dans le champ publicitaire, c'est nuire à long terme aux autres radiodiffuseurs et diminuer leurs possibilités de développement.

---

\*\*\*\*\* ACRTL<sup>F</sup>: l'Association canadienne des radiotélédiffuseurs de langue française.

## CENTRE QUÉBÉCOIS DE LA DÉFICIENCE AUDITIVE<sup>87</sup>

### **LES VALEURS**

#### *a) Les problèmes*

Les malentendants québécois n'ont pas accès à la télévision à cause de leur handicap.

#### *b) Les besoins*

Pour être davantage reliés à la société, s'informer et se divertir, les malentendants souhaitent pouvoir regarder et écouter la télévision.

#### *c) La solution-objectif*

Il faut recourir à l'utilisation de sous-titres à raison d'une heure par semaine et de deux heures l'année suivante pour les chaînes urbaines et surtout, dans les émissions d'information.

### **LES PRINCIPES D'ACTION**

#### *a) Les capacités*

Le centre représente les 400 000 malentendants du Québec.

#### *b) Nature des rapports*

Le centre demande au CRTC d'imposer aux entreprises requérantes et à celles qui renouvellent leur licence l'obligation de diffuser des émissions sous-titrées pour malentendants et d'en faire une condition d'obtention de leur licence.

-----

## L'UNION DES ARTISTES (UDA)<sup>88</sup>

### *LES VALEURS*

#### *a) Les problèmes*

73% des membres de l'UDA gagnent moins de 10 000\$ par an.

La réglementation du CRTC sur le contenu canadien est insuffisante et ne permet pas de hausser significativement le niveau culturel québécois.

Quatre-Saisons et Cogeco présentent des projets trop commerciaux qui ne permettent pas de hausser le niveau culturel québécois.

Les projets Quatre-Saisons et Cogeco n'ajoutent rien de neuf à la télévision. D'une chaîne à l'autre, on va attirer les mêmes publics aux mêmes heures avec les mêmes formules d'émission.

La télévision américaine est omniprésente et menace sérieusement la télévision canadienne.

Beaucoup trop d'émissions diffusées à la télévision québécoise sont encore doublées en France.

#### *b) Les besoins*

Les artistes ont besoin de davantage de débouchés qui, s'ils étaient offerts, contribueraient à faire la promotion d'une vie culturelle plus forte au Québec.

#### *c) Les solutions-objectifs*

Créer une troisième chaîne de télévision au Québec.

Le CRTC doit imposer des mesures très strictes pour augmenter le contenu canadien en excluant les émissions d'information pour uniquement tenir compte des émissions culturelles ou socio-culturelles. Actuellement, les radiodiffuseurs respectent les quotas en programmant surtout des émissions d'information et d'actualités.

Il faut que le doublage des émissions diffusées au Québec se fasse entièrement au Québec.

### **LES PRINCIPES D'ACTION**

*a) Les zones d'incertitude*

Les artistes n'ont pas un salaire suffisant.

*b) Les capacités*

L'UDA est le seul représentant de tous les artistes, surtout à Montréal, et chaque producteur doit signer un contrat qui lui impose des conditions très précises et dont les modalités ont fait l'objet d'ententes avec l'UDA.

*c) Nature des rapports*

L'UDA insiste pour que le CRTC impose des conditions plus strictes aux radiodiffuseurs qui auront pour conséquence d'améliorer le sort de ses membres.

*d) Augmentation des ressources*

Il faut que les membres de l'UDA aient davantage de travail à la télévision québécoise.

### **RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

La création d'une nouvelle chaîne soumise à des conditions plus strictes devraient permettre aux membres de l'UDA d'obtenir davantage de contrats, ce qui aurait pour conséquence de rehausser la vie culturelle québécoise.

-----

## L'ASSOCIATION DES PRODUCTEURS DE FILMS DU QUÉBEC<sup>89</sup>

### **LES VALEURS**

#### *a) Le problème*

Le seul problème des producteurs indépendants: le manque de débouchés

#### *b) La solution-objectif*

Faire davantage de productions télévisuelles.

### **LES PRINCIPES D'ACTION**

#### *a) Les zones d'incertitude*

Les radiodiffuseurs ne confient pas suffisamment de productions aux producteurs indépendants.

#### *b) Les capacités*

Les producteurs ont l'expertise pour produire toutes les formes d'émissions appréciées par le public.

#### *c) Nature des rapports*

Le CRTC doit favoriser la création d'une nouvelle chaîne de télévision et obliger cette dernière à avoir recours aux producteurs indépendants.

#### *d) Augmentation des ressources*

Il s'agit essentiellement de parvenir à cette augmentation par la création d'une nouvelle chaîne ayant recours aux producteurs indépendants.

### **RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

L'augmentation des productions indépendantes va amener de nouveaux débouchés pour tous les créateurs et artistes du Québec. La stimulation amène la stimulation.

## L'ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DES INDUSTRIES TECHNIQUES DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION<sup>90</sup>

### **LES VALEURS**

#### *a) Les problèmes*

Trop d'émissions postsynchronisées en France.

#### *b) Les besoins*

Une augmentation des émissions post-synchronisées au Québec assurera davantage de contrats à ses membres.

#### *c) La solution-objectif*

Création d'une nouvelle chaîne de télévision qui se verrait obligée par le CRTC de faire postsynchroniser toutes ses émissions au Québec.

### **LES PRINCIPES D'ACTION**

#### *a) Les zones d'incertitude*

Les professionnels du doublage, à cause du nombre élevé d'émissions postsynchronisées en France, sont privés de revenus importants.

#### *b) Les capacités*

500 professionnels du doublage au Québec avec salaires annuels de 1 900 000\$.

#### *c) Nature des rapports*

Pour prospérer, les artisans du doublage demandent l'appui du CRTC.

### **RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

L'augmentation du doublage grâce à la décision du CRTC va permettre aux artisans de cette industrie de prospérer.

-----

**L'ICEA, la CEQ, la FNC, le SPQA<sup>+++++</sup> et<sup>91</sup>****LES VALEURS***a) Les problèmes*

Les projets de CFCF et Cogeco n'apportent rien de nouveau. Ils ne consacrent pas suffisamment de ressources à l'information et les formules d'émission sont trop américaines.

Les deux entreprises manifestent une absence totale de préoccupations pour la télévision francophone.

La création d'une nouvelle chaîne va fractionner davantage les auditoires existants et la situation va se détériorer davantage à cause des budgets réduits de Radio-Canada et de Radio-Québec.

Le recours systématique aux producteurs indépendants va à l'encontre de ce qui a fait le succès de la télévision québécoise: les productions à l'interne.

*b) Les besoins*

Il faut augmenter la qualité de la télévision québécoise.

*c) Les solutions-objectifs*

Le CRTC doit refuser les projets qui lui sont présentés.

Le CRTC doit forcer les radiodiffuseurs actuels à réinvestir davantage leurs bénéfices en programmation.

---

<sup>+++++</sup> ICEA: Institut canadien de l'éducation des adultes  
CEQ: Centrale des enseignants du Québec  
FNQ: Fédération nationale des communications du Québec  
SPQA: Syndicat des employés de production du Québec et de l'Acadie

Sauf pour l'ICEA, ces organismes représentaient des catégories d'employés des entreprises publiques de télévision: chercheurs, journalistes, techniciens, etc. Ils ont présenté un mémoire commun à cette audience.

**LES PRINCIPES D'ACTION**

*Nature des rapports*

Le CRTC doit régler les problèmes de la télévision québécoise en intervenant davantage.

**LES RÉSULTATS PRÉVUS PAR LES ACTEURS**

Si le CRTC n'intervient pas tel que demandé, la télévision québécoise va souffrir davantage d'une baisse de qualité.

-----

---

## L'ASSOCIATION CANADIENNE DES ANNONCEURS<sup>92</sup>

### ***LES VALEURS***

#### *a) Les problèmes*

Les deux entreprises requérantes font des prévisions de ventes publicitaires trop optimistes.

La création d'une nouvelle chaîne n'entraîne pas nécessairement de hausse des ventes de produits et de services.

### ***RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR***

La présence d'une nouvelle chaîne va contribuer à fractionner les auditoires. Il faudra alors annoncer dans plus de chaînes pour rejoindre le même public qu'auparavant.

Les marchés périphériques vont souffrir d'une telle situation puisqu'on va compenser la baisse des budgets montréalais en diminuant d'autant les budgets périphériques.

-----

**LE SYNDICAT DES TECHNICIENS DE CFCF  
(Nabet, section locale 614)<sup>93</sup>**

***LES PRINCIPES D'ACTION***

*Les capacités*

CFCF représente l'entreprise la plus en mesure d'exploiter une chaîne de télévision à Montréal, à cause de ses ressources et de son savoir-faire.

***RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR***

Quatre-Saisons représentera un excellent débouché pour les diplômés en communication.

En étant à la fois propriétaire d'une chaîne française et anglaise, CFCF va se trouver à rassembler dans un même lieu des employés des deux groupes linguistiques, ce qui devrait favoriser les rapprochements entre eux.

Les techniciens de NABET sont bilingues et compétents: cela devrait représenter une assurance supplémentaire du succès de Quatre-Saisons.

-----

## LE SYNDICAT DES TECHNICIENS DE TÉLÉ-MÉTROPOLE<sup>94</sup>

### LES VALEURS

#### a) Les problèmes

Les relations de travail du syndicat avec l'employeur sont très difficiles. On a parlé à tort d'une grève qui en fait était un *lock-out*.

Comme tous les autres radiodiffuseurs privés, Télé-Métropole est davantage préoccupé par la recherche du profit et ne respecte pas ses employés et son public.

Les publicités présentées à TM sont de plus en plus de simples traductions sans production originale.

Les femmes n'ont pas accès à des postes de direction.

Le recours à la production indépendante va encourager le travail au noir de la part des employés embauchés par les maisons indépendantes de production.

Les diffuseurs, en confiant leurs productions à l'extérieur, ne pourront plus en contrôler le contenu et cela entraînera à la longue une réduction de la qualité des émissions.

#### b) Les besoins

Les artisans de TM ont besoin d'être protégés des abus de leur employeur.

#### c) Les solutions-objectifs

Il faut renouveler la licence de Télé-Métropole mais en l'assortissant de conditions très strictes.

Le CRTC doit adopter des politiques globales visant à protéger les artisans de la télévision.

Le CRTC doit imposer à TM comme condition de renouvellement de sa licence de ne pas diffuser d'émissions américaines en heures de grande écoute.

Il faut forcer TM à diffuser des messages publicitaires produits au Québec.

Il faut forcer TM à réinvestir ses profits en programmation et non dans le pétrole<sup>+++++</sup>.

Le CRTC devrait empêcher les diffuseurs de continuer à présenter des émissions pendant une grève et même ne pas hésiter à suspendre leur licence.

Le CRTC devrait forcer TM à investir davantage en information et à mettre sur pied un centre de documentation.

Le CRTC devrait forcer TM à se doter d'une politique visant à favoriser l'accès des femmes au travail.

### ***LES PRINCIPES D'ACTION***

#### *Nature des rapports*

Le CRTC doit intervenir très énergiquement pour mettre TM au pas.

Le CRTC devrait imposer à TM une licence pour une période très courte de façon à pouvoir vérifier si TM respecte les engagements que le CRTC lui impose.

-----

---

<sup>+++++</sup> On a beaucoup reproché à TM d'avoir investi dans le pétrole entre 1982 et 1986. Il ne faut pas oublier d'ajouter que de tels investissements se sont avérés non rentables et que l'entreprise a liquidé tous ses actifs dans ce domaine en 1986, soit quelques mois après la présente audience. D'après TREMBLAY, G. et LACROIX J.G., *op. cit.* p. 32.

## LE SYNDICAT DES EMPLOYÉS DE BUREAU DE TÉLÉ-MÉTROPOLE<sup>95</sup>

### *LES VALEURS:*

#### *a) Les problèmes*

Télé-Métropole se préoccupe uniquement des bénéfices et non de ses responsabilités en matière de vie culturelle.

#### *b) La solution-objectif*

Le syndicat s'oppose à toute forme de déréglementation de la part du CRTC.

### *PRINCIPES D'ACTION*

#### *Nature des rapports*

CRTC doit être très strict avec Télé-Métropole dans la définition des conditions de renouvellement de sa licence.

-----

---

## RÉFÉRENCES

1. *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1968.
2. *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, Ottawa, 1975 et *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1985.
3. Direction de l'information du Ministère des Communications, *Communiqué*, Ottawa, juin 1991. Il s'agit du communiqué officiel du Ministère accompagnant la publication de la *Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1991.
4. Le résumé très schématique des règlements du CRTC mentionné ici est tiré du *Cahier de procédures des règles et règlements du CRTC* (modifications en 1972, 1977 et 1992) tel qu'on peut le consulter au Bureau régional du CRTC à Montréal.
5. Règles de procédure du CRTC, *ibid.*, chap. 375, 1977.
6. CRTC, « Audience publique B-2463-77 », *op. cit.*
7. Audience publique, *ibid.*, p. 5.
8. Audience publique, *ibid.*, p. 5 et 6.
9. Audience publique, *ibid.*, p. 763.
10. Audience publique, *ibid.*, p. 329.
11. Audience publique, *ibid.*, p. 1239.
12. Audience publique, *ibid.*, p. 1248-1249.
13. Audience publique, *ibid.*, p. 1333.
14. Audience publique *ibid.*, p. 1344.
15. Audience publique, *ibid.*, p. 1556.
16. Audience publique, *ibid.*, p. 1500-1540.
17. Audience publique *ibid.*, p. 1603-1608.
18. Audience publique, *ibid.*, p. 1664.
19. Audience publique, *ibid.*, p. 38-51.
20. Audience publique, *ibid.* p. 988-990.
21. Audience publique, *ibid.*, p. 1616-1617.
22. Audience publique, *ibid.* p. 1623-1624.

- 
23. Audience publique, *ibid.*, p. 2-5.
  24. André Bureau, président du CRTC in Audience publique, *ibid.*, p. 1650.
  25. Audience publique, *ibid.*, p. 788.
  26. Audience publique, *ibid.*, p. 792-795.
  27. Audience publique, *ibid.*, p. 807.
  28. Audience publique, *ibid.*, p. 1657-1658.
  29. Audience publique, *ibid.*, p. 1-6 et 1690-1694.
  30. Audience publique, *ibid.*, p. 797.
  31. J. De La Chevrotière, in Audience publique, *ibid.*, p. 755.
  32. Audience publique, *ibid.*, p. 413-434.
  33. Audience publique, *ibid.*, p. 6.
  34. Audience publique, *ibid.*, p. 1070.
  35. André Bureau in Audience publique, *ibid.*, p. 1579.
  36. Audience publique, *ibid.*, p. 1651.
  37. André Bureau in Audience publique, *ibid.*, p. 1654-1655.
  38. Audience publique, *ibid.*, p. 17-263 et 1154-1200.
  39. Audience publique, *ibid.*, p. 291-554 et 1092-1120.
  40. Décision CRTC 85-733, *op. cit.*, p. 10.
  41. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 10.
  42. Décision CRTC 85-609, *op. cit.*, p. 8 et 9.
  43. Décision CRTC 85-733, *op. cit.*, p. 12.
  44. Décision CRTC 85-677, *op. cit.*, p. 4.
  45. Décision CRTC 85-677, *ibid.*, p. 4.
  46. Décision CRTC 85-733, *op. cit.*, p. 3.
  47. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 15.
  48. Décision CRTC 85-609, *op. cit.*, p. 11.

- 
49. Décision CRTC 85-609, *ibid.*, p. 2-7.
50. Décision CRTC 85-733, *op. cit.* p. 15 et 16. Décision 85-609, *op. cit.*, p. 11. Décision 85-677, *op. cit.*, p. 3-4.
51. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 3.
52. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 15.
53. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 15.
54. Décision 85-677, *op., cit.* p. 1-4.
55. Décision 85-733, *op. cit.*, p. 4, 7 et 8. Décision 85-609, *op. cit.*, p. 10. Décision 85-677, *op. cit.*, p. 3.
56. Décision CRTC 85-733, *op. cit.*, p. 6.
57. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 7.
58. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 7.
59. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 13.
60. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 13.
61. Décision CRTC 85-733, *ibid.*, p. 8.
62. *Avis public CRTC 1984-281*, Ottawa, le 15 novembre 1984.
63. Christine Eddie, *La télévision francophone du Québec*, Québec, Direction des communications, ministère des Communications du Québec, 1989, p. 31.
64. Kernaghan et Siegel, *op. cit.*, p. 222.
65. *Décision CRTC 74-75*, Ottawa, le 14 avril 1974.
66. André Bureau, in *Audience publique*, *op. cit.*, p. 1.
67. Lorraine Pagé, présidente de la CEQ, in *Audience publique*, *ibid.*, p. 725.
68. Jacques Girard, PDG de Radio-Québec, in *Audience publique*, *ibid.*, p. 1242.
69. André Bureau, in *Audience publique*, *ibid.*, p. 1239-1241.
70. Jacques Girard, in *Audience publique*, *ibid.*, p. 1248-1249.
71. *Ibid.*, p. 1383.
72. *Avis public CRTC 1984-281*, *op. cit.*
73. Luc Giroux et André H. Caron, *Les Québécois francophones et l'écoute de la télévision de langue anglaise 1976-1984*, Québec, pour le compte du Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone. Direction des communications du Ministère des communications du Gouvernement du Québec, 1985, p. 13.

---

Remarquons ici que nous avons fait un résumé très schématique des résultats de cette étude.

74. Robert Bonneau, adjoint au président de Cogeco, in *Audience publique*, *op. cit.*, p. 37.
75. Décision CRTC 85-733, *op. cit.*, p. 15.
76. Marc Raboy, « Les médias québécois », *op. cit.*, p. 209-210.
77. *Audience publique*, *op. cit.*, p. 329-336. Décision CRTC 85-677, *op. cit.*, p. 4. Décision 85-733, *op. cit.*, p. 15.
78. Décision CRTC 85-733, *op. cit.* p. 10.
79. Avis public CRTC 1984-281, Ottawa, 15 novembre 1984.
80. Lacroix et Tremblay, *op. cit.*, p. 3.
81. *Audience publique*, *ibid.*, p. 868-953.
82. *Audience publique*, *ibid.*, p. 963-1021.
83. *Audience publique*, *ibid.*, p. 1211-1391.
84. *Audience publique*, *ibid.*, p. 813-835.
85. *Audience publique*, *ibid.*, p. 847-853.
86. *Audience publique*, *ibid.*, p. 1399-1427.
87. *Audience publique*, *ibid.*, p. 555-560.
88. *Audience publique*, *ibid.*, p. 611-672.
89. *Audience publique*, *ibid.*, p. 656-672.
90. *Audience publique*, *ibid.*, p. 682-688.
91. *Audience publique*, *ibid.*, p. 719-771.
92. *Audience publique*, *ibid.*, p. 777-809.
93. *Audience publique*, *ibid.*, p. 1079-1085.
94. *Audience publique*, *ibid.*, p. 1632-1647.
95. *Audience publique*, *ibid.*, p. 1647-1649.

# *Chapitre six*

## *La création de chaînes spécialisées au Québec*

---

---

**L'**audience publique qui a mené à la création de cinq chaînes spécialisées au Québec s'est déroulée dans un contexte fort différent de celui qui avait prévalu au moment de l'attribution d'une licence à Quatre-Saisons deux ans auparavant. Cette dernière audience avait affiché un cachet tout à fait «québécois» puisqu'elle avait porté aussi bien sur l'éventualité de la création d'une nouvelle chaîne de télévision au Québec que sur les renouvellements des licences de Télé-Métropole, TVA et Radio-Québec. Détail non négligeable, l'audience s'était tenue à Montréal, facilitant ainsi la présence de nombreux intervenants québécois.

L'avènement de Quatre-Saisons s'était fait en quelque sorte « en vase clos », entre le CRTC, les organisations télévisuelles et les intervenants. Cogeco avait ouvert le bal en posant sa candidature pour offrir le service et, à la suite de la candidature de Quatre-Saisons, le CRTC avait décidé d'accorder la licence à Quatre-Saisons, l'organisation qui, selon lui, avait le plus de chance de réussir.

Selon le CRTC, le Québec était beaucoup moins bien servi en matière de services télévisuels que le reste du Canada. Cette constatation l'a amené à favoriser la création d'une troisième chaîne de télévision au Québec. Une telle approche nous a permis de souligner ce qui avait déjà été relevé dans l'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise: une agence régulatoire canadienne fonctionne essentiellement à partir d'un plan d'ensemble «canadien» dans lequel les réalités régionales, très importantes dans un pays aussi diversifié que le Canada, ne trouvent pas nécessairement leur place.

Pendant cette audience, le président du CRTC avait fortement insisté sur l'indépendance d'action des commissaires. Ces derniers ont décidé par eux-mêmes du bien-fondé de la création d'une nouvelle chaîne de télévision au Québec sans qu'aucune influence extérieure ne puisse intervenir dans le processus. À diverses reprises pendant l'audience, le président et les commissaires ont déclaré qu'ils ne savaient toujours pas s'il fallait créer une troisième chaîne privée de langue française. Ce n'est qu'au moment de la publication de la décision que l'on a su à quelle enseigne le CRTC logeait.

L'audience portant sur la création de chaînes spécialisées au Québec s'est déroulée dans un cadre beaucoup plus «canadien». On y a traité aussi bien de chaînes spécialisées canadiennes que québécoises. L'audience s'est d'ailleurs déroulée à Ottawa-Hull, la capitale nationale, plutôt qu'à Montréal comme deux ans auparavant. Cette fois, le CRTC avait décidé, AVANT même d'amorcer l'audience, que la création de chaînes spécialisées au Québec était absolument nécessaire. Pour expliquer cette position de la régie fédérale, le président du CRTC a notamment fait référence, pendant cette audience tenue à partir de juillet 87, au rapport du Comité conjoint Canada-

Québec publié en mai 1985 et recommandant justement la création de chaînes spécialisées au Québec<sup>1</sup>. Il a également rappelé que le rapport du Groupe de travail Caplan-Sauvageau publié à l'automne 1986 recommandait la création de chaînes spécialisées<sup>2</sup>.

Cela étant reconnu, la régie fédérale avait cependant décidé d'amorcer ce processus public d'attribution de licences pour des chaînes spécialisées **BIEN AVANT** le dépôt des rapports en question. Les nombreux avis publics du CRTC ayant précédé cette audience, de même que diverses interventions des ministres des communications du Québec et du Canada, montrent à quel point l'organisme fédéral était préoccupé par cette question depuis plusieurs années déjà. Il vaut la peine de résumer les événements entourant la tenue de cette audience pour comprendre ce qui a poussé le CRTC à favoriser la création de chaînes spécialisées au Québec.

### **Les événements qui ont précédé la création de chaînes spécialisées au Québec**

Une fois de plus au Canada, pendant les années 80, le développement des communications en général et celui de la télévision en particulier représentait un enjeu important. Avant de perdre le pouvoir en 1984, à la suite de la publication du rapport Applebaum-Hébert, les Libéraux avaient esquissé les grandes lignes d'une nouvelle politique de radiodiffusion. Cette réalité avaient subi plusieurs changements importants depuis la création de la loi de 1976, elle-même étant un remaniement de celle de 1968. Une nouvelle loi était devenue nécessaire.

Le gouvernement conservateur, en succédant au gouvernement libéral, a continué dans cette veine, mais à partir de ses préoccupations. À cette époque, les Conservateurs souhaitaient à la fois l'adoption de l'accord du libre-échange avec les États-Unis et la réparation du tort fait au Québec avec le rapatriement unilatéral de la constitution sans l'accord de ce dernier. La création d'une nouvelle loi sur la radiodiffusion permettait au gouvernement conservateur d'alors de proclamer son attachement aux valeurs culturelles canadiennes et répondre à certaines demandes traditionnelles du Québec dans ce domaine<sup>3</sup>.

Un tel processus, amorcé au début des années 80, s'est terminé par la création d'une nouvelle loi sur la radiodiffusion en 1991. Lors de la tenue des audiences sur la création des chaînes spécialisées au Québec et au Canada à l'été 1987, on était donc au beau milieu de ce processus. Dans la foulée des événements ayant précédé la création de cette nouvelle loi, rappelons simplement que Marcel Masse, le ministre des communications du gouvernement conservateur, avait favorisé en 1984 la création d'un groupe conjoint fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone. Les ministères des communications des gouvernements du Québec et du Canada s'étaient alors associés (on était à l'époque du «beau risque») dans un comité conjoint Canada-Québec sur l'avenir de la télévision francophone. Par la suite, le ministre Masse avait créé en 1985 le *Groupe de travail sur la radiodiffusion*, appelé familièrement Groupe de travail Caplan-Sauvageau du nom de ses deux coprésidents, et qui devait jeter les balises de la future loi canadienne de la radiodiffusion.

Dans les deux rapports, on y trouvait des recommandations spécifiques sur la création de chaînes spécialisées au Québec. Le comité conjoint s'exprimait en ces termes à propos des chaînes spécialisées francophones:

«Que le CRTC favorise la création de services spécialisés francophones dans l'Est du Canada, dont le financement serait assuré par la publicité et un léger supplément au tarif d'abonnement au service de base<sup>4</sup>.»

Quant au Groupe de travail Caplan-Sauvageau, il déclarait:

«Qu'on autorise l'exploitation en français de quelques canaux spécialisés soigneusement choisis qui seraient offerts avec l'abonnement de base au câble et tireraient leurs revenus autant de la publicité que des distributeurs selon le nombre d'abonnés<sup>5</sup>.»

On reconnaissait donc dans les cercles fédéraux la nécessité de créer des chaînes spécialisées francophones. Par ailleurs, ces études ne mentionnaient pas combien de chaînes il fallait créer et, dans les deux cas, les recommandations s'inscrivaient à l'intérieur de plans d'ensemble articulés sur plusieurs mesures reliées aux divers secteurs de l'activité télévisuelle: publicité, programmation, financement des télévisions publiques, différences entre télévision française et anglaise, poids de la démographie, importance des producteurs indépendants, etc.

Flora MacDonald a remplacé Marcel Masse à la tête du ministère des communications et elle publiait en juin 1988 un énoncé de politique suivi d'un projet de loi (C-136) qui s'est rendu en 3<sup>ème</sup> lecture. Mais les élections de l'automne 1989 n'ont pas permis la création de cette nouvelle loi. Reporté au pouvoir, le gouvernement conservateur reprenait le processus en octobre 1989. La nouvelle loi fut finalement adoptée en décembre 1990 et promulguée en juin 1991<sup>6</sup>.

## Les débuts des chaînes spécialisées au Canada et au Québec

À l'époque où les autorités fédérales s'apprêtaient à créer une nouvelle loi décidant notamment des orientations du CRTC, ce dernier avait donc décidé, tel que mentionné précédemment, de ne pas attendre. Il avait déjà annoncé en 1983 son intention de recevoir des candidatures pour «la distribution de services d'émissions canadiennes spécialisées à l'échelle nationale»<sup>7</sup>. Le Conseil avait alors insisté sur l'union récente de la technologie par satellite et de la télévision par câble, union permettant la création à coût relativement bas de chaînes supplémentaires de programmation. Le Conseil soulignait également qu'il répondait à des préoccupations exprimées en ce sens par des représentants de l'industrie du câble et des radiodiffuseurs canadiens dans une audience précédente<sup>8</sup>.

Le Conseil, dans son avis public, définissait les chaînes spécialisées comme des services d'émissions de télévision à diffusion restreinte destinés aux abonnés du câble et conçus pour des groupes particuliers. De telles émissions devaient forcément avoir une portée plus restreinte que celles des chaînes conventionnelles. Il insistait également pour que les activités de ces chaînes spécialisées n'affectent pas la télévision conventionnelle<sup>9</sup>.

Pourquoi le CRTC devait-il favoriser le plus vite possible la création de chaînes spécialisées canadiennes? Une fois de plus, semblait-il, le danger venait du sud. Dès 1978, il y avait trois chaînes spécialisées aux États-Unis. À partir du début des années 1980, elles s'étaient multipliées et, en juin 1985, il y en avait 27 transmises par satellite et redistribuées par le câble<sup>10</sup>. Selon une logique nous

étant maintenant très familière, plusieurs de ces chaînes spécialisées américaines étaient rapidement devenues populaires au Canada anglais: *The Nashville Network*, *Arts & Entertainment*, *Financial News Network*, *The Learning Channel* et *Country Music* comptaient chacune plus de 100 000 abonnés au Canada en 1985<sup>11</sup>. Pendant ce temps-là, la pénétration de ces mêmes chaînes spécialisées américaines au Québec était à toute fin pratique nulle: seulement 1% des foyers canadiens souscrivant à des services spécialisés américains étaient québécois<sup>12</sup>.

Pour le CRTC, il fallait prendre des décisions rapidement si l'on voulait que les nouvelles chaînes spécialisées fussent canadiennes et on ne pouvait tout simplement pas attendre l'introduction d'une nouvelle loi<sup>13</sup>. C'est ainsi que le Conseil accordait en 1984 des licences à *MuchMusic* et à *TSN (The Sports Network)*<sup>14</sup>. Dans d'autres avis publics, le Conseil modifiait la réglementation des entreprises de télédistribution en y introduisant notamment la notion d'imputabilité qui allait devenir capitale dans la création des chaînes spécialisées<sup>15</sup>. L'entreprise de télédistribution pouvait désormais augmenter automatiquement son tarif mensuel du montant équivalent à ce qu'elle devait payer à une autre partie pour des services reliés à la transmission de services de programmation. En d'autres termes, à partir du moment où le CRTC approuvait la création d'une chaîne spécialisée, le câblodistributeur, en distribuant le service en question, pouvait augmenter son tarif mensuel d'abonnement du montant que le chaîne spécialisée demandait pour chaque abonné, un tel montant ayant été approuvé préalablement par le CRTC. Il n'était donc plus nécessaire d'obtenir une autorisation préalable du CRTC pour augmenter un tarif si une entreprise de télédistribution décidait de distribuer une chaîne spécialisée approuvée par le CRTC.

Le Conseil insistait également dans de tels avis sur la concurrence de plus en plus grande dans le champ des entreprises télévisuelles. Il lui fallait donc encourager *la surveillance* des entreprises de câblodistribution plutôt qu'une augmentation de la réglementation.

En mars 1986, le CRTC avait rendu deux décisions dont l'une avait été très fortement contestée. Dans la première des deux, la régie fédérale acceptait une demande de Vidéotron de diffuser de façon expérimentale et temporaire une «télé des Jeunes», une chaîne spécialisée jeunesse<sup>16</sup>. L'autre décision portait sur la modification de la licence du groupe torontois CHUM diffusant déjà une chaîne spécialisée de vidéos pour le Canada anglais: MuchMusic. Désormais, MuchMusic avait l'autorisation de diffuser en français pour le Québec. Cette décision allait faire beaucoup plus de bruit. Ainsi, en publiant ses travaux en septembre 1986, le Groupe de travail Caplan-Sauvageau critiquait l'action du CRTC à propos du développement des chaînes spécialisées au Québec. Il désapprouvait l'organisme fédéral pour...

«la tendance à décider sans prendre en considération le caractère particulier de la radiodiffusion québécoise. En l'occurrence, cette tendance consiste à s'enfermer dans un modèle de distribution facultative où les services français ne sont viables qu'avec le soutien de la contrepartie anglaise.»<sup>17</sup>

Le Groupe de travail désavouait ainsi la modification de la licence de CHUM qui, ayant déjà obtenu l'autorisation d'exploiter une chaîne spécialisée de musique vidéo pour le Canada anglais, avait désormais l'autorisation de diffuser un canal vidéo en français depuis Toronto avec un minimum obligatoire de 3% de vidéos de langue française et 40% des dépenses de programmation devant être consacrées à des émissions en français<sup>18</sup>. De toute évidence, le Groupe de travail critiquait une telle

approche où un service en langue française offert avec parcimonie n'était viable qu'avec le soutien de la contrepartie anglaise<sup>19</sup>.

D'ailleurs, cette décision d'accorder une modification de licence à MuchMusic pour lui permettre de diffuser en français au Québec allait avoir des répercussions importantes. Le groupe québécois MTVQ (Le réseau de musique télévisée du Québec) avait déjà posé sa candidature pour créer une chaîne spécialisée axée sur la musique. Contrairement à MusiquePlus, qui voulait offrir un service optionnel, MTVQ avait posé sa candidature en demandant d'être distribué obligatoirement sur le service de base<sup>\*\*</sup>. Le CRTC n'avait pas cru bon d'examiner ce dossier en accordant la licence à MusiquePlus parce que, selon lui, MusiquePlus, tout en n'étant pas un système québécois, avait quand même l'avantage d'être optionnel. MTVQ décida alors d'en appeler de cette décision au conseil des ministres et déposa une poursuite devant la Cour fédérale<sup>20</sup>.

Richard French, le ministre des Communications du Gouvernement du Québec du temps déclara à ce sujet dans un communiqué de presse émis le 12 mai 1986 qu'...

«Un service partiellement bilingue, dont la direction est à l'extérieur du Québec ne peut constituer une réponse satisfaisante et définitive aux besoins culturels des francophones du Québec<sup>21</sup>»

---

<sup>\*\*</sup> Lorsque le service est obligatoire («*mandatory carriage*» selon l'expression consacrée par le CRTC), l'entreprise de télédistribution est obligée de distribuer la chaîne spécialisée et, par conséquent, les abonnés sont également obligés de payer pour un tel service, même s'ils n'en veulent pas. Pour qu'un service soit obligatoire, il doit être offert au moyen d'un convertisseur sur ce que l'on appelle le service de base étendu, qui comprend les 35 premiers canaux offerts par la majorité des compagnies de câble au pays.

Le cabinet n'a pas renversé la décision du CRTC sur MuchMusic, mais Marcel Masse, alors ministre des communications, demanda par écrit à la régie fédérale de tenir des audiences portant sur l'offre de chaînes spécialisées accessibles sur le service de base. Le CRTC devait-il amorcer tout de suite un processus d'attribution de licences pour des chaînes spécialisées ou attendre la création d'une nouvelle loi? La régie fédérale a décidé d'agir.

Une audience portant sur des chaînes spécialisées fut bientôt planifiée et plusieurs entreprises posèrent leur candidature. L'audience fut remise à plus tard, pour permettre la modification des critères d'admission des demandes de producteurs indépendants au Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes. Désormais, les producteurs indépendants présentant des projets de production destinées à des chaînes spécialisées avaient accès au Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes ce qui, jusqu'alors, était impossible.

Finalement, le 4 mai 1987, le CRTC annonçait une nouvelle fois une audience prévue pour juillet 1987 dans laquelle les demandes déjà présentées seraient étudiées<sup>22</sup>. Il demandait notamment aux entreprises requérantes de se prononcer sur le caractère obligatoire ou facultatif des services qu'elles souhaitaient offrir à la population canadienne et sur l'impact d'une telle offre sur les télévisions conventionnelles tout en tenant compte de l'imputabilité des tarifs proposés. D'autres questions seraient également abordées: un télédiffuseur pouvait-il être propriétaire d'une chaîne spécialisée? Devait-on prévoir des dispositions différentes pour les marchés francophone et anglophone de services d'émissions spécialisées? Enfin, le Conseil rappelait que plusieurs études commandées par le Groupe de travail Caplan-Sauvageau avaient été rendues publiques par le Ministère

des Communications et pouvaient alimenter les réflexions des entreprises requérantes. En entreprenant la plus longue série d'audiences qu'il n'avait jamais tenue, il était donc acquis que le CRTC favorisait la création de chaînes spécialisées au Québec. Il devait décider non pas s'il fallait créer de telles chaînes mais plutôt COMMENT on pouvait favoriser leur implantation. Tel que mentionné précédemment, cette audience avait un caractère tout à fait «canadien» puisqu'on allait y étudier aussi bien les projets de chaînes spécialisées anglophones que francophones, soit 21 projets en tout.

Enfin, avant d'entreprendre l'étude de cette audience, il est utile de rappeler un changement important survenu quelques temps auparavant dans la radiodiffusion québécoise: Télé-Métropole avait été vendu à Vidéotron. Power Corporation avait amorcé cette transaction majeure en faisant une offre formelle pour acquérir le plus important radiodiffuseur privé québécois, mais le CRTC avait refusé l'offre de Power puisque cette dernière n'avait pas démontré selon lui qu'une telle transaction «entraînerait des avantages significatifs et sans équivoque» pour Télé-Métropole et le public québécois<sup>23</sup>. Par ailleurs, quelques mois plus tard, Vidéotron avait vu son offre acceptée compte tenu de la qualité de ses nombreux engagements<sup>24</sup>.

Vidéotron, dans l'audience portant sur les chaînes spécialisées, allait présenter un projet de chaîne spécialisée *Télé des Jeunes* (TVJQ) en concurrence directe avec un autre projet, *Canal Famille*. On le verra plus loin, l'importance croissante de Vidéotron n'allait pas jouer en sa faveur.

## Une audience nationale pour l'ensemble du Canada

Compte tenu de l'objectif de cette recherche de n'étudier que le seul développement de la télévision québécoise, nous avons seulement retenu les interventions des entreprises et intervenants portant sur la télévision francophone. Nous n'avons donc pas tenu compte de la totalité des projets présentés par 21 entreprises requérantes et discutés par 1834 intervenants dans cette audience s'étant déroulée du 10 juillet au 13 août 1987<sup>25</sup>.

Dix projets francophones ont été présentés: TV5, Télé des Jeunes, MusiquePlus, MTVQ (chaîne de musique populaire), Réseau des sports, TVSQ-25 (chaîne sportive), Canal Santé, Canal Famille, MétéoMédia et Télé-Canada. En ce qui a trait à ces deux derniers projets, il est important de mentionner qu'ils étaient bilingues, mais leur partie québécoise était suffisamment importante pour les inclure dans cette étude.

Nous n'avons pas retenu les projets de télévision ethnique, destinés d'abord et avant tout à la télévision anglophone et avec une contrepartie québécoise très restreinte. En ce qui a trait aux intervenants, seuls ceux qui se sont prononcés sur les projets québécois ont été étudiés. Les interventions écrites ont été laissées de côté mais il est à remarquer qu'on y a fait largement référence pendant le déroulement des audiences. Nous avons par ailleurs inclus les interventions de la CAB (*Canadian Association of Broadcasters*), qui s'est prononcée d'abord et avant tout sur la télévision canadienne, mais également, de façon importante, sur la télévision québécoise. Pour les mêmes raisons, nous avons inclus l'échange ayant porté sur un réseau de nouvelles québécois par Radio-Canada, même si

cet échange s'est fait à l'intérieur de la présentation par la CBC de son projet de *Cable News Network (Newsworld)*, un canal de nouvelles continues en anglais qui, comme tel, ne relève pas de notre étude.

L'audience s'est déroulée aussi bien en anglais qu'en français et, contrairement à ce qui s'était passé lors de l'attribution d'une licence à Quatre-Saisons, il y avait des commissaires anglophones affectés à l'étude des projets québécois. Il faut d'ailleurs remarquer que les mêmes commissaires, aussi bien francophones qu'anglophones, étudiaient les projets anglophones non-inclus dans notre étude.

Pour les projets québécois présentés à l'audience, outre le président André Bureau, on retrouvait les commissaires Rhéal Therrien, Phil Warren, Jim Robson, Monique Coupal et Normand Carrier. La conseillère juridique Lisa de Wilde, la directrice adjointe de la division des politiques en matière de câblodistribution Karen Spierkel et le secrétaire Jean-Maurice Olivier assistaient les commissaires sur des questions de réglementation et de présentation.

Les positions de chacun des acteurs sociaux ont été étudiés avec la même grille que dans l'audience précédente et selon le même ordre: le CRTC, les organisations télévisuelles et les intervenants. Tout comme dans la première audience, les intervenants ne se sont pas nécessairement prononcés sur l'ensemble de la démarche des diverses organisations télévisuelles faisant des demandes de licence. Ils ont plutôt eu tendance à souligner les seuls éléments de la demande correspondant à leurs intérêts. C'est ce qui explique que les données reliées à leurs interventions sont forcément plus restreintes.

Compte tenu du nombre élevé d'intervenants et d'organisations ainsi que de l'abondance des positions et idées de toutes sortes exprimées en audience, à titre d'exemples, nous avons groupé en annexe UNE PARTIE SEULEMENT des données recueillies à l'aide de la grille portant sur les positions de chaque acteur social. On y retrouve les dix projets de chaînes spécialisées présentées à l'audience de même que deux interventions. Notons cependant que nous avons tenons compte des positions de *tous* les acteurs sociaux (même ceux que l'on ne retrouve pas en annexe) pour compléter l'interprétation et l'analyse des données. La lecture de ces données peut s'avérer fastidieuse, mais elles seules permettent d'établir et d'interpréter les stratégies de chacun des acteurs sociaux.

Comme pour l'audience précédente, nous avons pu compléter la cueillette des données à propos du CRTC seulement à la lumière des décisions prises par l'organisme APRÈS l'audience. C'est ce qui explique que les données recueillies, pour le CRTC seulement, portent aussi bien sur les positions exprimées à l'audience que lors des décisions publiées à la suite de l'audience. De telles données sont par ailleurs traitées selon les mêmes critères que celles de tous les autres acteurs. Le croisement des données obtenues en audience et dans les décisions permet d'identifier les stratégies acceptées ou rejetées et de comprendre en définitive ce qui s'est passé dans la création des chaînes spécialisées au Québec.

Conformément à la grille mise au point au moment de la définition de l'acteur social, en première partie de cette recherche, nous avons défini *LES VALEURS* du CRTC et de tous les autres acteurs sociaux en audience par *les problèmes* identifiés, *les besoins* à satisfaire pour résoudre les problè-

mes en question et, enfin, par *les solutions* considérées, lesquelles devenaient alors *les objectifs* poursuivis par ce même acteur social. Pour définir **LES PRINCIPES D'ACTION** des acteurs sociaux, nous avons circonscrit *leurs zones d'incertitude*, soit les éléments de leur environnement échappant à leur contrôle, *leurs capacités*, soit l'ensemble des ressources définissant leur action, *la nature des rapports* qu'ils souhaitaient établir avec leur environnement et, enfin, *l'augmentation des ressources* prévue dans leur projet. **LES RÉSULTATS PRÉVUS** par chaque acteur social complètent cette vue d'ensemble des positions adoptées par chacun d'entre eux.

-----

## Le CRTC: valeurs

### a) Les problèmes

Les problèmes étaient déjà bien identifiés avant même d'amorcer l'audience. En 1985-1986, de nombreuses chaînes spécialisées américaines menaçaient de supplanter les chaînes canadiennes auprès des auditoires canadiens si rien n'était fait<sup>26</sup>. De plus, les auditoires francophones avaient des besoins particuliers qui, selon le rapport du comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone dans le système actuel, n'étaient pas satisfaits<sup>27</sup>. Il s'ajoutait à cela des problèmes structurels québécois. Vidéotron, par sa taille, contrôlait une grande partie du marché québécois de la câblodistribution, en plus d'être propriétaire de Télé-Métropole, le plus important radiodiffuseur privé francophone au Canada. En présentant un projet de chaîne spécialisée pour les jeunes, Vidéotron risquait donc d'être à fois un câblodistributeur, une chaîne de télévision et une chaîne de télévision spécialisée<sup>28</sup>. De plus, en souhaitant obtenir une licence pour une chaîne spécialisée, Vidéotron risquait de se placer en conflit d'intérêts. Comment l'entreprise Vidéotron, à titre de câblodistributeur, allait-elle transiger avec une chaîne spécialisée souhaitant être diffusée par Vidéotron-câble et entrant en concurrence avec sa propre chaîne spécialisée?<sup>29</sup>

Il fallait également se demander si tous les abonnés du câble auraient accès à des chaînes spécialisées, parce que seuls les grands câblodistributeurs mettaient à la disposition de leurs clients le con-

vertisseur nécessaire leur permettant de recevoir le service de base étendu (35 canaux) donnant accès à ces mêmes chaînes spécialisées<sup>30</sup>.

Tous ces problèmes méritaient des solutions qui tardaient à venir. Déjà l'audience avait été remise à quelques reprises pour permettre la publication du rapport Caplan-Sauvageau et laisser Téléfilm compléter sa réglementation, de façon à ce que les producteurs indépendants faisant affaire avec des chaînes spécialisées puissent avoir accès au Fonds de développement de radiodiffusion<sup>31</sup>.

En attendant davantage, le Canada ne pourrait avoir de chaînes spécialisées avant 1989. Les problèmes étaient tels qu'on ne pouvait remettre à plus tard leur introduction<sup>32</sup>.

### **b) Les besoins**

Pour lutter contre l'influence des chaînes spécialisées américaines, de plus en plus populaires au pays, il y avait nécessité d'agir rapidement («*prompt action*»)<sup>33</sup>. Il pouvait être difficile d'identifier les besoins de la population et du système de télévision canadien en regard d'une telle situation, mais le CRTC avait commandé des recherches à deux entreprises. Dans la première, effectuée par le Groupe Nordicity, il s'agissait d'évaluer les conséquences sur le système de radiodiffusion canadien de l'éventuelle implantation de chaînes spécialisées à partir de différentes possibilités<sup>34</sup>. Dans cette recherche, on traitait des conséquences de l'implantation de chaînes spécialisées au Canada et au Québec si ces dernières devaient être distribuées obligatoirement ou non par les entreprises de télé-distribution. On essayait également de prévoir combien de chaînes le marché pouvait absorber et

quels en seraient les effets sur les chaînes conventionnelles aussi bien pour le Canada anglais que le Québec.

Dans l'autre recherche, effectuée celle-là par Angus Reid<sup>35</sup>, il s'agissait d'évaluer les goûts et intérêts du public. Des entrevues téléphoniques effectuées auprès d'un échantillon représentatif de la population canadienne et des diverses régions du Canada permettaient notamment d'évaluer l'intérêt du public vis-à-vis des projets de chaînes spécialisées présentées à l'audience. L'échantillon avait été divisé selon les populations de la Colombie-Britannique, des Prairies, de l'Ontario, du Québec et des provinces maritimes.

Les commissaires du CRTC ont accordé beaucoup d'importance à ces recherches et ont fortement insisté pendant l'audience pour que les entreprises donnent les résultats de leurs propres recherches.

Le président André Bureau a déclaré à ce sujet:

«Nous n'avons jamais eu autant de recherches à notre disposition pour nous aider à prendre les bonnes décisions.<sup>36</sup>»

«C'est la première fois que le Conseil fait effectuer des recherches qui sont rendues publiques de façon à ce que toute personne qui le souhaite soit en mesure de le faire.<sup>37</sup>»

Comme nous le verrons plus loin, les organisations télévisuelles et le CRTC ont fortement invoqué les résultats de telles recherches pour affirmer qu'il y avait un réel besoin auprès de la population de chaînes spécialisées au Québec.

### c) *Les solutions-objectifs*

En amorçant l'audience, il était clair que l'on avait déjà trouvé des solutions pour les «problèmes» et les «besoins» de la télévision canadienne, qu'elle soit anglaise ou française. La solution de base passait par la création de chaînes spécialisées. De toute évidence, il fallait en créer un certain nombre pour lutter contre l'influence étrangère.

«Tout autre retard dans l'examen de ces propositions d'entrepreneurs canadiens compromettrait le succès de leur mise en oeuvre et aggraverait la menace de l'introduction de services étrangers complémentaires sans accroissement correspondant du nombre de nouveaux services canadiens.<sup>38</sup>»

La crainte de l'envahissement culturel américain amenait donc des solutions basées sur la *quantité* de services indigènes, mais aussi sur l'*équivalence* nécessaire entre les services anglophones et francophones, au nom sans doute de ce plan d'ensemble national cher aux agences régulatrices canadiennes.

On allait trouver une confirmation éclatante d'une telle approche lorsque Pierre Juneau, alors président de Radio-Canada, a fait au nom de la Société de la Couronne qu'il dirigeait la demande d'une licence pour une chaîne spécialisée anglophone de nouvelles continues. Le président du CRTC allait lui reprocher de ne pas vouloir offrir un tel service à la télévision francophone. Il vaut la peine de reprendre cet échange fait en anglais par deux francophones pour en donner toute la mesure:

«ANDRÉ BUREAU: ...it seems to us when we read your application that you really believe that this is something that is pretty badly needed across Canada. When we look at the application we have that I guess normal question if it is so badly needed why is it that CBC hasn't found a way of providing also an all news in French (...) if it is a pretty badly needed service why are you not involved at this point in time with a French language service?

(...)

PIERRE JUNEAU: There is, as you know very well, a different set of circumstances on the French side. The readership of English newspapers is not at all the same. The readership of American magazines and periodicals is not at all the same on the French side. The watching of American stations, of American programs is not the same on the French side, so I think that there are dissimilarities.

(...)

ANDRÉ BUREAU: But I suppose that there could be some valuable arguments also and the same enthusiasm and the same passion to plead for a service of quality in French. If we might not be in a position to expect that from a private applicant, an applicant from the private sector, when we look at CBC, Radio-Canada and we look at the mandate of that corporation it is a question that comes to mind pretty immediately.<sup>39</sup> »

En d'autres termes, selon le président du CRTC, le Québec avait besoin d'un service de nouvelles continues équivalent à ce qui était offert au Canada anglais alors que le président de la Société de la Couronne adoptait un point de vue contraire. Dans un cas, on insistait sur l'équivalence à tout prix pendant que, dans l'autre, on reconnaissait plutôt la différence. Pour le CRTC, ce qui était créé au Canada anglais devait donc nécessairement se retrouver au Québec.

D'ailleurs, cette nécessité de créer des chaînes spécialisées au Québec était justifiée d'abord et avant tout par une recommandation du Comité fédéral-provincial qui s'était prononcé sur l'avenir de la télévision francophone au Canada<sup>40</sup>. Dans cette étude, on recommandait notamment que le Québec fût aussi bien servi en ce domaine que le reste du Canada.

Le système des audiences publiques, selon le président du CRTC, représentait alors «le meilleur processus possible» pour créer ces chaînes spécialisées dont le Québec et le Canada avaient si grand besoin<sup>41</sup>. Encore fallait-il choisir les projets les plus intéressants possible grâce à des critères fondés sur la qualité de leur financement, leur capacité d'attirer de vastes auditoires et leur éventuel impact sur les chaînes conventionnelles. Enfin, il fallait tenir compte des «attentes légitimes de nos deux collectivités culturelles»<sup>42</sup>.

Telles étaient donc les solutions aux problèmes et besoins qui affligeaient la télévision québécoise. Il fallait doter le Québec de chaînes spécialisées. Tel était donc l'objectif avoué du Conseil. Voyons maintenant les principes d'action des commissaires dans leur processus de prise de décision.

### **Le CRTC: principes d'action**

Le CRTC a accordé finalement peu de temps à l'identification des problèmes, besoins et solutions de la télévision québécoise, tellement tout cela était reconnu d'avance. La régie fédérale a plutôt travaillé à partir des dossiers qui lui étaient présentés. C'est ainsi qu'en s'adressant aux représentants de la *Canadian Association of Broadcasters* très réticents à l'implantation de chaînes spécialisées, le président André Bureau a déclaré:

«Il n'y a pas meilleur forum pour discuter de l'implantation de chaînes spécialisées que les présentes audiences. Quoi de mieux que des demandes entrant en concurrence les unes avec les autres et dont nous pouvons évaluer les prévisions et l'impact grâce à des interventions comme la vôtre?»<sup>43</sup> »

En procédant ainsi, le Conseil éliminait «le risque d'observations théoriques et de répercussions intangibles.<sup>44</sup>»

**a) Les zones d'incertitude**

À cause de ce travail «à la pièce», toute l'audience a porté essentiellement sur les répercussions de l'implantation de chaînes spécialisées bien identifiées. On est alors frappé par le degré élevé de zones d'incertitudes exprimées par le CRTC. Pour chaque organisation télévisuelle, les commissaires ont sensiblement eu les mêmes interrogations. Ils ont posé toute une série de questions reliées au contrôle de l'entreprise en question, à ses budgets, ses engagements et à son impact sur le système de radiodiffusion conventionnel.

En ce qui a trait à la programmation, les questions ont été tout aussi nombreuses. Elles ont porté notamment sur la répartition entre contenu canadien et émissions d'origine étrangère ou américaine. D'autres questions ont tourné sur les sommes affectées à la recherche de scénarios et au développement d'émissions originales. Enfin, diverses questions étaient reliées à la répartition souhaitée par l'entreprise requérante entre émissions diffusées pour la première fois ou en reprise.

Des questions portaient sur le satellite utilisé pour rejoindre le public, sur les moyens techniques utilisés pour assurer le lien de l'entreprise au satellite et du satellite aux compagnies de câble. Enfin, il était important de savoir si l'organisation avait un appui garanti de la part des câblodistributeurs et

### **b) Les capacités**

On a déjà pu établir le cadre à l'intérieur duquel le CRTC doit poser les jalons de son action et les ressources importantes dont il dispose pour mener à terme toutes les décisions qu'il peut prendre au sujet de la télévision québécoise. Il n'est donc pas utile de les reprendre ici. Par ailleurs, il est important de souligner les capacités attribuées par le CRTC à l'ensemble de la télévision québécoise puisque ses décisions allaient avoir un impact réel sur cette dernière.

On peut être alors assez surpris de constater à quel point de telles préoccupations ont été absentes. Ainsi, le président André Bureau a constaté qu'en trois ans à peine, soit de 1984 à 1987, le Canada était passé de 8 stations commerciales à 17. Une augmentation aussi rapide était absolument «remarquable» et démontrait que le système canadien offrait un choix de plus en plus vaste pour l'industrie, les artisans, les artistes et les consommateurs<sup>45</sup>. La télévision payante et les chaînes spécialisées déjà existantes avaient déjà atteint une pénétration de 20% des abonnés canadiens au câble. De telles données démontraient le dynamisme du système canadien de radiodiffusion et laissaient croire qu'on pouvait créer avec succès d'autres chaînes spécialisées.

Mais si de telles remarques valaient pour l'ensemble du système canadien, pouvaient-elles être appliquées à la télévision québécoise? Cette question, semble-t-il, n'a jamais été posée et ne s'est d'ailleurs pas posée aux commissaires.

### **c) Nature des rapports**

Le CRTC souhaitait donc étudier l'implantation de chaînes spécialisées au Canada, y compris au Québec de façon concrète, au cas par cas. Les commissaires ont fortement insisté en audience pour traduire la programmation, les ressources et les engagements effectués pour créer une chaîne spécialisée en *critères quantifiables* qui pouvaient être formulés en conditions d'exercice de la licence.

Ce désir du CRTC de *quantifier* les engagements des entreprises requérantes a représenté une exigence capitale puisque cela a forcé ces dernières à avancer toutes sortes de chiffres définissant le plus possible l'essentiel de leur projet. Pourquoi le Conseil adoptait-il une telle approche? Le président du CRTC a été très clair à ce sujet:

«... pour être en mesure d'évaluer à longue échéance si l'entreprise qui a obtenu une licence s'est conformée aux conditions de sa licence signifie pour le Conseil que de telles conditions doivent contenir des critères objectifs, empiriques et quantifiables qui peuvent être mesurés. En d'autres termes, il ne faut pas que le Conseil soit en mesure de discuter ou interpréter si l'entreprise s'est conformée ou non aux conditions de sa licence. Le Conseil doit avoir devant lui une réponse écrite noir sur blanc à une telle question.<sup>46</sup>»

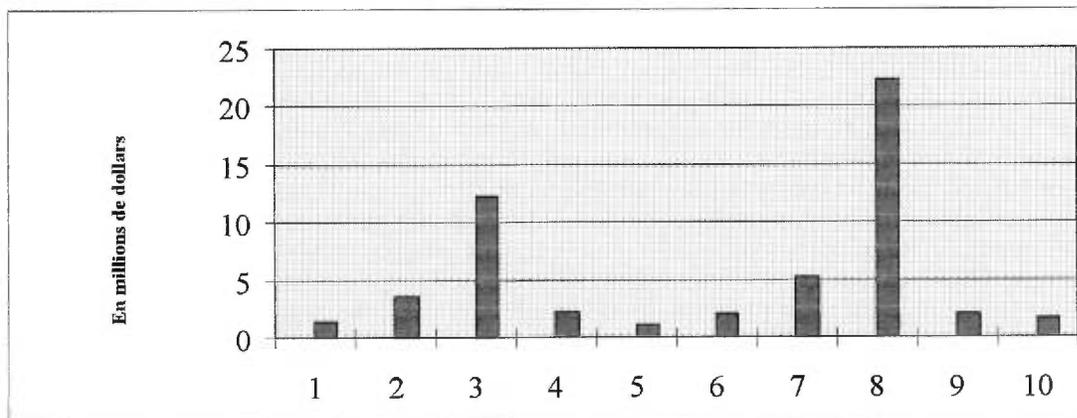
De telles exigences, selon nous, «forçait» l'organisation télévisuelle à présenter les chiffres les plus spectaculaires possible et à faire des engagements qui fussent d'abord et avant tout quantifiables. Sommes investies, contrôle des dépenses, proportions de contenu canadien, auditoire touché, etc., tels devaient être les éléments indispensables d'un bon dossier. Naturellement, de tels chiffres devaient être démontrés «noir sur blanc».

**d) Augmentation des ressources**

La «nécessité» de l'implantation de chaînes spécialisées au Québec étant reconnue, le résultat final de toute cette opération devait forcément passer par l'augmentation des ressources de la télévision québécoise. Encore fallait-il choisir parmi les projets soumis au CRTC. Il est utile de résumer les engagements des dix organisations télévisuelles ayant présenté des projets au CRTC. Comme il vient d'être mentionné, le CRTC a fortement insisté pour que chaque organisation quantifie ses engagements. On retrouve ici un tableau récapitulatif des engagements de chacune des dix organisations télévisuelles ayant présenté des projets destinés à la télévision québécoise.

### Engagements annuels moyens en millions de dollars pour les programmations des chaînes spécialisées québécoises aux audiences du CRTC en 1987

(Tableau provenant de l'étude Nordicity, auquel on a ajouté les données portant sur MétéoMédia à partir des chiffres fournis par l'entreprise en audience. In Nordicity, *op. cit.*, tableau 8-1, p. 103.<sup>47</sup>)



**Légende:**

- |                                           |                 |
|-------------------------------------------|-----------------|
| 1. TVJQ (Télévision des jeunes du Québec) | 6. MTVQ         |
| 2. Canal Famille                          | 7. TV5          |
| 3. RDS (Réseau des sports)                | 8. Télé-Canada  |
| 4. TVS-25 (Télévision des sports)         | 9. Canal Santé  |
| 5. MusiquePlus                            | 10. MétéoMédia. |

N.B. Les données sur MétéoMédia comprennent les marchés français et anglais puisque l'entreprise se proposait de produire des bulletins météo successivement en anglais et en français dans les mêmes studios à Montréal pour diffusion dans tout le Canada. L'entreprise n'a donc pas présenté de budget séparé pour les marchés francophone et anglophone.

On retrouve, en annexe au présent chapitre, des données sur les investissements projetés par chacune des organisations ayant posé sa candidature à cette audience. Ces chiffres sont mentionnés dans la catégorie *capacités* de chacune des ces entreprises. Notons cependant que les chiffres mentionnés dans ces grilles valent pour la première année seulement de l'exercice de la licence. Dans le présent tableau, les chiffres sont plutôt calculés selon une moyenne annuelle des cinq années de l'exercice de la licence puisque les entreprises devant fournir leurs investissements pour les cinq années de l'exercice de la licence. C'est ce qui explique que les investissements annuels sont plus élevés dans ce tableau que dans les annexes puisque chacune d'entre elles prévoyait augmenter ses dépenses en programmation dans les années suivant la première année d'exploitation.

## **Les décisions du CRTC**

Les audiences se sont terminées en août 1987 et le CRTC publiait douze décisions à ce sujet trois mois plus tard, soit le 30 novembre 1987. Ces décisions portaient aussi bien sur les chaînes anglophones que francophones. Bien entendu, pour les fins de la présente étude, seules les décisions reliées aux chaînes francophones ont été étudiées. Par ailleurs, nous avons inclus la partie de la décision CRTC 87-904 portant sur l'attribution à la CBC d'une licence pour une chaîne de nouvelles continues en langue anglaise puisqu'on y a traité de la nécessité d'établir une chaîne de nouvelles en langue française.<sup>48</sup>

-----

## Les décisions du CRTC: valeurs

Nous le savons maintenant, de tous les projets présentés, cinq ont été retenus pour le «Canada français» si l'on inclut MétéoMédia, une entreprise bilingue, les quatre autres projets étant TV5, MusiquePlus, RDS et Canal Famille. Les projets Télé-Canada, Canal Santé, Télé des Jeunes, MTVQ et TVSQ ont donc mordu la poussière.

Comment le CRTC en est-il venu à prendre de telles décisions? En décrivant la situation précédant les audiences, on a pu constater que le CRTC ne s'est pas demandé pourquoi il fallait créer des chaînes spécialisées au Québec. Les commissaires se sont tout simplement basés sur des recommandations du Groupe de travail Caplan-Sauvageau et du comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone qui, dans les deux cas, s'étaient prononcés pour la création de chaînes spécialisées au Québec.

Par ailleurs, il est probable que la lettre du ministre des Communications demandant au CRTC de procéder à l'étude de la création de chaînes spécialisées intégrées au service de base avait «officialisé» une démarche amorcée depuis un certain temps déjà. Il devenait «évident» qu'il fallait créer des chaînes spécialisées. Dans un tel contexte, il était également normal que Téléfilm modifiât ses politiques d'attribution de fonds aux producteurs indépendants en permettant à ces derniers d'obtenir des sommes d'argent servant à produire des émissions devant être diffusées par des chaînes spécialisées.

En publiant sa série de décisions sur la création de chaînes spécialisées au Québec, le CRTC a repris *les valeurs* définies pendant le déroulement des audiences, soit que, parmi *les problèmes* de la télévision québécoise, il fallait regretter le peu de choix offerts aux francophones. Il y avait donc des *besoins* de la part des francophones pour davantage de choix, de nombreuses recherches en faisant foi.

Selon le CRTC, *la solution* à ces problèmes s'imposait d'elle-même: il était nécessaire d'assurer une disponibilité égale de tels services aux francophones de façon à «éviter un glissement progressif de l'auditoire francophone vers les services de langue anglaise»<sup>49</sup>. *L'objectif* devenait très clair: il fallait créer des chaînes spécialisées au Québec.

Dans ses décisions, le CRTC n'a pas cherché à démontrer ce qu'il avançait mais s'est contenté d'affirmer de tels problèmes, besoins et solutions. Selon la régie fédérale, puisque les chaînes spécialisées étaient nécessaires au Canada anglais à cause de la pénétration élevée de la télévision américaine, elles le devenaient tout autant au Québec parce que les Québécois seraient moins bien servis que les Canadiens de langue anglaise.

Selon les décisions du 30 novembre 1987, il était «évident», à partir des recherches produites en audience, que les Canadiens souhaitaient avoir accès aux chaînes spécialisées.

«Compte tenu de la forte demande du public canadien pour de nouveaux choix d'émissions et profitant de la plus récente technologie, le Conseil est convaincu que le moment est propice à l'implantation de nouvelles sources d'émissions de télévision destinées à des auditoires spécifiques, de façon à soutenir et stimuler les ressources créatrices et d'entreprises<sup>++</sup>, et ainsi atteindre les objectifs de la Loi sur la Radiodiffusion.<sup>50</sup>»

Il y avait même urgence à agir tout de suite...

«...à moins d'exploiter ses énergies dès maintenant, toutefois, l'accessibilité croissante des services spécialisés étrangers fera que les Canadiens perdront l'occasion d'obtenir ces nouveaux services de sources canadiennes.<sup>51</sup>»

Il était donc nécessaire de créer des chaînes spécialisées au Québec. Cela devenait ainsi le grand objectif du CRTC. Une telle action n'allait pas affecter les chaînes existantes, les recherches étant là pour le démontrer.

«Le Conseil est convaincu que le coût total possible du bloc de services de langue française ou anglaise pour les abonnés est inférieur à celui que, d'après les études, les abonnés sont disposés à payer pour avoir accès à de nouveaux services attrayants.

(...)

Le Conseil est également convaincu que, compte tenu de l'intérêt particulier de leur programmation, ces services spécialisés n'auront pas de répercussions néfastes indues sur les recettes et les frais de programmation des radiodiffuseurs conventionnels et

---

<sup>++</sup> . Il s'agit ici d'une fort mauvaise traduction. Dans le texte anglais, on peut lire «...the Commission is convinced that this is an opportune time to introduce new television viewing alternatives targeted to specific audiences that will foster and develop Canadian creative and entrepreneurial resources ».

Il peut être utile à cet égard de rappeler ce que le Groupe de travail Caplan-Sauvageau avait déclaré au sujet des textes du CRTC:

«Or, ceux qui en ont l'expérience le confirmeront, les règlements du CRTC et autres productions apparentées sont écrits dans un jargon inaccessible au profane et au surplus inutile, que d'aucuns croient inévitable parce qu'ils ignorent les ressources de la langue commune. Il s'agit pourtant de textes dont le propos ne s'adresse ni à l'intimité ni au cercle d'initiés. Ils communiquent des obligations dont la teneur et l'observation sont d'intérêt public. Un souci élémentaire d'efficacité réclame qu'on les rende lisibles. Comme si ce n'était pas assez, les pièges de la traduction ou des confusions inconscientes font que ces textes paraissent dans une langue douteuse qui les éloigne encore de la limpidité.»

(Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 202.)

n'occasionneront pas une fragmentation importante de l'auditoire. En fait, de l'avis du Conseil, les répercussions qu'auront les services spécialisés autorisés aujourd'hui en termes de fragmentation de l'auditoire et des recettes publicitaires équivaldront à l'ajout d'un nouveau service dans le marché anglophone et d'un nouveau service dans le marché francophone.<sup>52</sup>»

Les études et recherches diverses invoquées en audience servaient donc à justifier les nombreuses décisions du CRTC dans ce nouveau secteur de la télévision québécoise. Le Conseil n'avait plus qu'à se pencher sur l'élasticité du marché québécois et prendre des décisions toujours alimentées par les recherches et études souventes fois invoquées. Par exemple, l'étude du ministère des Communications du Gouvernement du Québec à laquelle tous les intervenants avaient souvent fait référence en audience estimait qu'il était financièrement possible d'en créer un certain nombre. Combien? Les prévisions étaient prudentes: de deux à six, dans la mesure où on faisait appel à la publicité. Par ailleurs, le Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone mentionnait que, pour financer les chaînes spécialisées, on pouvait avoir recours à un «léger supplément» de la part des abonnés en plus de la publicité proprement dite.

Mais le CRTC ne pouvait pas rester dans un tel flou. Il avait créé «un appel d'offres» ayant eu pour résultat de faire naître des projets précis représentant des intérêts tout aussi précis et forcément très divergents. La régie devait trancher. Fallait-il créer deux chaînes spécialisées au Québec? Trois? Quatre? Cinq? Six? Quelles organisations étaient le plus en mesure de le faire?

Chaque organisation avait sa programmation, son budget et, par voie de conséquence, des demandes très variables de l'une à l'autre. RDS, par exemple, tout en garantissant un «contenu canadien» à 60% d'émissions sportives, demandait un abonnement obligatoire par lequel chaque abonné devrait verser un dollar par mois qu'il regarde ou non le service offert. De son côté, MTVQ, tout en garantissant 35% de contenu canadien de clips et d'émissions musicales, se contentait de demander un abonnement obligatoire de 0,10\$ par mois.

Comment le CRTC s'en est-il tiré?

### **Les décisions du CRTC: principes d'action**

Tous les intervenants, les télédistributeurs et les organisations télévisuelles avaient reconnu en audience qu'un **minimum** d'un million d'abonnés était nécessaire pour qu'une chaîne spécialisée puisse faire ses frais. Tout en «démontrant» à coup de recherches que de telles chaînes correspondaient à des besoins impérieux de la part des abonnés, on insistait pour que l'abonnement fût obligatoire afin d'obtenir un financement garanti à cause de la taille restreinte du marché québécois.

Les organisations télévisuelles demandant des frais d'abonnement élevés comme Réseau des sports (1\$ par mois, par abonné) Canal Famille (0,50\$ par mois, par abonné) et Télé-Canada

(1\$ par mois, par abonné) avaient également insisté sur l'importance d'obliger les câblodistributeurs à les rendre obligatoires puisqu'elles n'avaient pu obtenir leur appui<sup>53</sup>. Il est à noter que les organisations moins exigeantes à cet égard comme Canal Santé, MusiquePlus, MTVQ, Télé des Jeunes, Canal Sports et MétéoMédia avaient pu obtenir l'appui des câblodistributeurs mais demandaient pour la plupart à être distribuées obligatoirement sur le service étendu de base.

TV5 avait une approche différente. L'organisation avait obtenu un appui formel des câblodistributeurs, des gouvernements tant fédéral que provincial de même que de tous les radiodiffuseurs. Il ne faut pas oublier non plus que TV5 représentait un consortium formé par les grands radiodiffuseurs nationaux: Radio-Canada, Radio-Québec, Télé-Métropole et même TV Ontario. Ces derniers avaient fait front commun pour présenter la candidature de TV5 dont la demande était d'une nature différente de celles des autres organisations télévisuelles. TV5 n'était pas une chaîne spécialisée comme les autres puisqu'elle souhaitait offrir une programmation généraliste en provenance de l'étranger. Voilà pourquoi elle demandait à être distribuée comme les autres grandes chaînes généralistes sur *le service de base* (les treize premiers canaux) quitte à ce que l'on déplace le canal communautaire créé et maintenu depuis plusieurs années par les câblodistributeurs à cause des exigences du CRTC. Quant aux autres organisations télévisuelles, elles demandaient à être distribuées sur *le service étendu de base* (les trente-cinq premiers canaux).

Pendant l'audience, les commissaires s'étaient inquiétés à plusieurs reprises des exigences des entreprises requérantes. Si le CRTC obtempérait à leur demande, on forçait les abonnés à payer pour un service dont plusieurs ne voudraient peut-être pas. D'autre part, diverses organisations télévisuelles, spécialement celles demandant des frais d'abonnement «élevés», s'inquiétaient de ce qu'un seul câblodistributeur contrôlait la plus grande partie du marché québécois<sup>54</sup>. Elles ont également souligné que ce même câblodistributeur proposait en plus sa propre chaîne spécialisée<sup>55</sup>. On faisait bien sûr référence à Vidéotron, le plus important câblodistributeur du Québec. André Chagnon, alors président de Vidéotron, était intervenu pour affirmer que les futures chaînes spécialisées ne pouvaient exiger des frais d'abonnement trop élevés au Québec, le marché étant incapable d'absorber de telles hausses. Selon le président de Vidéotron, une partie importante des abonnés pourraient mettre fin à leur abonnement s'il y avait des hausses mensuelles trop élevées<sup>56</sup>.

La réponse officielle du CRTC à toutes ces demandes fut très astucieuse. Dans un premier temps, dans ses décisions, la régie fédérale tournait le dos aux *zones d'inquiétudes* maintes fois affirmées en audience, de nombreuses recherches attestant qu'on pouvait mettre sur pied quelques chaînes spécialisées sans danger réel pour les chaînes généralistes.

Dans un deuxième temps, l'organisme fédéral, dans *la nature des rapports* établis avec les câblodistributeurs et les chaînes spécialisées retenues, a particulièrement innové. Les commissaires avaient affirmé en audience que les chaînes spécialisées correspondaient à une nécessité et un besoin au Québec. Par ailleurs, ils ne souhaitaient pas les imposer aux câblodistributeurs.

Le CRTC a alors statué que les chaînes spécialisées retenues seraient optionnelles, **MAIS** au service de base. Cela signifiait tout simplement que les câblodistributeurs restaient libres de les distribuer, mais à partir du moment où ils souhaitaient le faire, ils devaient les rendre accessibles au service de base empêchant à toutes fins utiles leurs abonnés de choisir<sup>§§</sup>. S'ils avaient été laissés libres d'offrir les nouvelles chaînes dans les bandes supérieures à la position 35 nécessitant un convertisseur supplémentaire, les abonnés auraient alors eu le choix de s'abonner ou pas.

Mais, comme si ce n'était pas assez, le CRTC a imposé aux câblodistributeurs la règle du « **QUI EN PREND UN LES PREND TOUS** »<sup>57</sup>. Ces derniers, dans les services acceptés, n'avaient pas le choix d'opter pour un service plutôt que pour un autre. Par exemple, ils ne pouvaient accepter de distribuer TV5 au service de base et refuser de le faire pour RDS. En d'autres termes, le CRTC laissait «libres» les câblodistributeurs de distribuer des chaînes spécialisées, mais à partir du moment où ils souhaitaient distribuer ne serait-ce qu'une seule des cinq chaînes retenues, il fallait *toutes* les distribuer et, ne l'oublions pas, au service étendu de base. Cette règle du « **QUI EN PREND UN LES PREND TOUS** » devait s'appliquer pour les trois premières années de la licence. Par la suite, la règle cessait de s'appliquer, les câblodistributeurs devenant libres de distribuer la ou les chaînes de leur choix, mais toujours au service de base.

---

<sup>§§</sup>. Une telle mesure semble très compliquée à première vue mais cela confirme ce que nous avons fait ressortir dans l'analyse du cadre institutionnel de la télévision québécoise. Dans le processus réglementaire canadien, on discute et on intervient avec des données très complexes, ce qui a pour conséquence de ne faciliter les interventions que des représentants des industries réglementées. Les discussions et les décisions ont alors un caractère très technique et il peut être très difficile de s'y retrouver.

On peut noter que de telles exigences ne s'appliquaient pas au marché anglophone. La distribution des chaînes spécialisées anglophones étaient, tout comme pour le marché francophone, optionnelle au service de base mais la règle du « *QUI EN PREND UN LES PREND TOUS* » ne s'appliquait pas. En d'autres termes, les câblodistributeurs anglophones demeuraient libres de distribuer le ou les services qui leur semblaient les plus appropriés pour leur propre clientèle.

De plus, le Conseil rendait obligatoires les tarifs demandés par les entreprises requérantes ayant décroché une licence<sup>58</sup>. Encore ici, le CRTC forçait la main aux entreprises de télédistribution en les obligeant à accepter le tarif des entreprises qu'elles devaient distribuer. Le CRTC a, en quelque sorte, « forcé » le système télévisuel québécois à financer les chaînes spécialisées que ce dernier l'ait voulu ou non. Il a tout mis en oeuvre pour *augmenter les ressources* du système existant en forçant ce dernier à mettre à la disposition des nouvelles organisations *les capacités* nécessaires à leur existence au moyen d'un abonnement « obligatoire ».

-----

Le Conseil, en annonçant les chaînes choisies (Canal Famille, TV5, MusiquePlus, RDS et MétéoMédia), s'est contenté de reprendre les engagements faits par ces diverses organisations télévisuelles en audience. En d'autre termes, il a repris les engagements des entreprises requérantes exposées dans notre grille sous le terme de *capacités* et les a transformées, pour la plu-

part, en conditions d'exercice de la licence. On comprend mieux alors pourquoi le Président André Bureau avait affirmé en audience que les engagements des organisations télévisuelles devaient être écrits noir sur blanc.

Pour chaque organisation télévisuelle retenue, le CRTC a souligné aussi bien la solidité des structures que la qualité de son financement, Cela représentait autant de garanties pour le succès des futures opérations de l'organisation en question. Par ailleurs, le Conseil n'a pas cherché outre mesure à expliquer pourquoi il avait rejeté Canal Santé, Télé-Canada, Télé des Jeunes, TVSQ-25 (sports) et MTVQ. Il a traité ses refus, tant pour les projets anglophones que francophones, dans une seule et même courte décision:

«...les propositions susmentionnées contenaient de sérieuses lacunes. Celles-ci varient de dispositions incomplètes ou absolument inadéquates en matière de programmation à une incertitude quant à la structure ultime de la propriété. Certaines requérantes n'ont pu prouver qu'il existait une demande ou un intérêt pour les services proposés, ou fournir des propositions ou des engagements fermes relativement aux sources de leurs émissions. Certaines requérantes ont présenté des plans de marketing douteux, des prévisions de recettes irréalistes ou des engagements inacceptables en matière de contenu canadien, tandis que d'autres ont proposé des mécanismes d'imputabilité inadéquats.<sup>59</sup>»

Enfin la décision reliée à l'obtention par CBC/Radio-Canada de CBC Newsworld mérite également d'être soulignée. Le CRTC a continué sur sa lancée établie en audience. Le président Bureau avait alors déclaré qu'une licence pour une chaîne d'information attribuée à la CBC était inacceptable si Radio-Canada ne pouvait faire de même en français. De son côté, le président de Radio-Canada avait souligné les différences importantes entre les besoins des sociétés anglophone et francophone. Il n'y avait pas nécessité de créer une chaîne d'information conti-

nue en français d'autant plus que Radio-Canada participait étroitement à la création de TV5.

Visiblement, le CRTC ne l'a pas entendu ainsi:

«Le Conseil a étudié la position de la SRC sur cette question, notamment l'argument voulant qu'elle ne puisse pas en ce moment aller de l'avant avec un service de langue française comparable sans qu'on lui garantisse des dispositions en matière de distribution obligatoire ou des crédits supplémentaires. Néanmoins, compte tenu du mandat de la SRC ainsi que des ressources et des installations de langue française dont elle dispose actuellement, le Conseil exige que la SRC, par condition de licence, soumette, dans l'année suivant la date de la présente décision, les résultats d'une étude de faisabilité portant sur l'implantation d'un canal d'information de langue française, même si la mise sur pied d'un tel service ne pouvait se faire que progressivement ou en association avec d'autres partenaires publics ou privés.<sup>60</sup> »

Le représentant de Radio-Canada avait pourtant insisté sur les différences importantes entre les sociétés canadienne et québécoise. De telles différences entraînaient des besoins différents. La Société se croyait donc autorisée à faire une demande pour un service de nouvelles continues en anglais mais non en français. Ne tenant absolument pas compte des différences exprimées par le représentant de Radio-Canada entre les sociétés canadienne et québécoise, le CRTC a ramené toute cette affaire à une simple question d'argent: Radio-Canada devait trouver les sommes nécessaires à la création d'une chaîne de nouvelles continues en français. Radio-Canada, avec une partie de la loi lui étant spécifiquement consacrée, ses traditions et son savoir-faire, avait manifesté en audience une certaine vision de ce qu'elle pouvait et devait faire pour la télévision de langue française. Le CRTC en avait une autre et le point de vue du CRTC a prévalu.

-----

Au terme de la cueillette des données reliées à la création de chaînes spécialisées québécoises, nous sommes donc en mesure d'affirmer que, selon le CRTC, il était nécessaire de créer cinq chaînes spécialisées au Québec pour offrir davantage de choix aux francophones et stopper l'érosion de l'écoute francophone des chaînes généralistes autochtones. La régie a invoqué des recherches pour établir cette nécessité. Elle a également très bien balisé l'attribution des licences de façon à ce que les câblodistributeurs ne puissent pas contourner son désir de créer un nombre important de chaînes spécialisées au Québec.

À la suite des décisions du CRTC, les câblodistributeurs ne pouvaient faire guère plus qu'accepter ou refuser en bloc les cinq chaînes acceptées. De plus, ils ne pouvaient pas négocier de tarif avec les chaînes acceptées puisque le CRTC, à la suite d'ailleurs de la demande des entreprises requérantes, les obligeaient à accepter le tarif proposé par les chaînes spécialisées.

Toutes ces données nous portent à croire que le CRTC a été l'acteur dominant de ce système. Non seulement a-t-il décidé qu'il fallait créer le plus tôt possible des chaînes spécialisées au Québec, mais il a déterminé aussi bien le nombre de chaînes spécialisées nécessaires que les entreprises à qui il fallait attribuer des licences. Par voie de conséquence, il a rejeté les valeurs et principes d'action d'organismes s'opposant à la création de chaînes spécialisées. Il a également rejeté les propositions d'organismes ayant adopté des valeurs et principes fort différents de ceux qu'il avait retenus.

On peut maintenant se demander ce qui l'a poussé à agir ainsi.

## **La création de chaînes spécialisées au Québec: la mise en application d'une perspective nationale**

On a déjà affirmé que le CRTC, de 1968 à 1989, a laissé aux radiodiffuseurs la latitude voulue pour interpréter à leur guise la loi sur la radiodiffusion<sup>61</sup>. À la lumière des données recueillies jusqu'à maintenant, on doit fortement limiter une telle hypothèse. En ce qui a trait à la création de chaînes spécialisées au Québec, on peut au contraire affirmer que le CRTC est lourdement intervenu dans ce moment particulièrement important de l'histoire de la télévision québécoise.

En croisant les données accumulées dans les grilles de chacune des organisations télévisuelles requérantes et les décisions du CRTC, on peut déterminer les critères de ces décisions. Toute cette affaire se ramène essentiellement à la mise en application d'une approche «nationale».

## La nécessaire équivalence de toutes les chaînes spécialisées

TV5 avait un statut bien spécial. Financé par les deux niveaux de gouvernement, appuyées aussi bien par toutes les chaînes francophones existantes que tous les câblodistributeurs, elle demandait à être considérée non comme une *chaîne spécialisée* mais, plutôt, comme une *chaîne généraliste* devant être distribuée sur le service de base de façon à pouvoir augmenter les choix offerts aux Québécois. De toute évidence, cela imposait au CRTC de modifier la distribution des canaux communautaires qui, selon ses exigences, doivent être distribués sur le service de base<sup>\*\*\*</sup>. Une telle exigence était évidemment valable à la grandeur du Canada et il aurait fallu alors autoriser une distribution différente pour le Québec. Nous croyons que des différences aussi grandes entre le Québec et le Canada auraient été inacceptables pour le CRTC.

Encore une fois, selon nous, cela ne fait qu'illustrer ce que l'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise nous a appris: un agence régulateur canadienne saisit difficilement les différences régionales dans un pays aux idéologies aussi variées que celles que l'on retrouve au Canada. TV5 n'avait pas le même type d'appuis que les autres organisations télévisuelles et sa demande n'était pas de même nature que les autres. Le CRTC a choisi de ne pas en tenir compte.

---

<sup>\*\*\*</sup> Il ne faut pas oublier que les câblodistributeurs doivent distribuer en priorité les chaînes locales canadiennes et un poste communautaire; il ne reste alors plus de place pour distribuer d'autres services.

Cela va d'ailleurs tout à fait dans le même sens que ce que nous avons pu observer pour Radio-Canada. La Société de la Couronne estimait qu'il n'y avait pas de besoin pour le Québec d'une chaîne d'information continue d'autant plus que Radio-Canada participait à la création de TV5. Pour le CRTC, dans la mesure où il accordait une licence pour une chaîne d'information continue en anglais, il devait faire de même pour le Canada français même si, selon les dirigeants de la Société, les besoins des deux sociétés en cette matière étaient tout à fait différents.

Le CRTC a donc pratiqué une fois de plus ce qu'il avait eu l'occasion de manifester lors de l'attribution d'une licence à Quatre-Saisons. Ce qu'il décidait pour le Canada anglais devait se retrouver le plus possible au Québec. car, rappelons-le, le premier principe qui a orienté l'action du CRTC en attribuant une licence à Quatre-Saisons, c'est que le Québec n'avait pas, d'un simple point de vue quantitatif, le même type de services que le Canada anglais.

### **L'importance des structures**

Dans l'audience de 1987, deux organisations télévisuelles se sont présentées avec des faiblesses évidentes dans leur orientation: Télé-Canada et Canal Santé. Les commissaires ont fortement souligné la faiblesse des engagements de Canal Santé, qui promettaient beaucoup moins que toutes les autres. Ses engagements étaient vagues et certaines données étaient tout simplement insuffisantes. Par exemple, Canal Santé s'engageait à posséder diverses installations pour 10 000\$, ce à quoi le président Bureau a répondu non sans humour:

«...des équipements de VCR, des équipements de reproduction de qualité pour vérifier la qualité de l'émission avant qu'elle aille en ondes, vous allez manger votre 10 000\$ et vous allez vous retrouver pas de chaises!<sup>62</sup>»

Par ailleurs, pour bien illustrer les défauts de la présentation de Canal Santé, on n'a qu'à comparer avec celle de MusiquePlus qui s'engageait à acheter un centre de production déjà existant au coût de 100 000\$, tout en faisant les engagements suivants:

«MusiquePlus, c'est: un service 24 heures par jour, 2 920 heures de programmation originale par année, 60% de contenu canadien, 25 à 35% de vidéoclips francophones, 14,7 millions d'investissements en programmation canadienne, au moins 2,4% de nos revenus bruts pour la production de vidéoclips francophones, le rapatriement du centre d'origination à Montréal, au moins 25 nouveaux emplois au Québec pour un total de 55...<sup>63</sup>»

Compte tenu que, pour le CRTC, il allait de soi qu'il fallait créer des chaînes spécialisées au Québec, une organisation faisant des engagements importants et précis avaient de fortes chances de voir son projet retenu. Ce qui a été précisément le cas de MusiquePlus.

Cela étant, encore fallait-il que l'organisation puisse démontrer *comment* elle entendait remplir ses engagements. Ainsi, même si Télé-Canada, parmi les dix projets soumis au CRTC, représentait l'organisation télévisuelle faisant les engagements les plus importants, elle a été incapable de démontrer comment elle s'y prendrait.

Le Groupe de travail Caplan-Sauvageau avait d'ailleurs recommandé la création d'un organisme comme Télé-Canada. Il s'agissait d'une nouvelle télévision régionalisée, créée par le Gouvernement du Canada, non-commerciale avec sièges sociaux français et anglais en dehors

de Toronto et Montréal et financé par abonnement au service de base au tarif de 0,75\$ par mois par abonné<sup>64</sup>. Il est d'ailleurs utile de rappeler que Phil Fraser, un des dirigeants du TV-Canada/Télé-Canada présents à cette audience, avait été l'un des sept membres du Groupe de travail Caplan-Sauvageau.

Malheureusement pour Télé-Canada, ses structures étaient floues et ambiguës et ses dirigeants ont été incapables de démontrer comment ils entendaient respecter leurs engagements:

Le PRÉSIDENT: «Quand le Conseil s'adresse généralement à un détenteur de licence, c'est ou bien un détenteur public... il y a quelqu'un qui se charge de nommer les officiers; ou bien il s'adresse à une organisation corporative qui est identifiée, qui est structurée, les gens sont là à plein temps, il y a une tradition, tout ça. Là vous nous demandez de faire un série d'actes de foi.

FRANÇOIS MACEROLA: Exact, oui.

(...)

LE PRÉSIDENT: Nous, on va être obligés de rendre compte de votre décision tandis que vous autres, vous allez avoir le *mandatory carriage*<sup>†††</sup>, l'argent va rentrer tous les ans et nous autres, on va être obligés de justifier pourquoi on vous a donné une licence. Comment on va faire pour déterminer si vous offrez un bon service ou pas? Rien qu'à tous les cinq ans?

PHIL FRASER: L'acte de foi concerne les créateurs et les créatrices du Canada.<sup>65</sup>»

Une organisation présentant autant d'imprécision dans son organisation, même si elle reposait sur des objectifs valables, ne pouvait être retenue.

---

<sup>†††</sup> *Mandatory carriage*: tel que mentionné précédemment, il s'agit ici de la distribution obligatoire qui serait exigée par le CRTC à la suite d'une demande de TV Canada .

## Le poids des câblodistributeurs

D'autres organisations télévisuelles se sont présentées avec des structures solides et des engagements bien circonscrits. Pourquoi avoir rejeté TVSQ, Télé des Jeunes et MTVQ? Même si ces organisations télévisuelles promettaient moins que leurs concurrents, elles avaient justifié leurs orientations d'une façon qui mérite d'être étudiée.

André Chagnon, le PDG de Vidéotron, qui pilotait *Télé des Jeunes*, un projet de chaîne spécialisée destinée aux enfants, a fortement insisté pour doter la société québécoise de chaînes spécialisées à la mesure de ses moyens. Le président Bureau a demandé en audience si Vidéotron distribuerait des chaînes acceptées par le CRTC, mais ayant, aux yeux de Vidéotron, un prix trop élevé. Alors là, «il y aurait peut-être un jugement à passer», a rétorqué le président de Vidéotron<sup>66</sup>. Pressé par le commissaire Robson d'expliquer pourquoi le projet de Vidéotron devait être retenu au détriment de celui de Canal Famille, le Président de Vidéotron a reconnu la valeur du projet Canal Famille mais en évaluant ce projet trop cher pour le public québécois:

«Il n'y a rien de négatif (dans le projet Canal Famille). Mais nous croyons que notre programmation doit être complémentaire à ce que les radiodiffuseurs proposent. Nous sommes seulement cinq millions (au Québec) et vingt-cinq millions au Canada. Il y a une limite à la concurrence qui peut exister dans le système. Telle a été notre philosophie depuis le début. (Les chaînes spécialisées) doivent être complémentaires.<sup>67</sup>»

De son côté, le représentant de TVSQ, la chaîne sportive s'opposant à RDS, a fortement insisté sur l'appui que les câblodistributeurs apportaient à son organisation télévisuelle:

«L'appui massif de câblodistributeurs nous permet de croire que le 25 sous par mois de royauté qui nous sera versé n'est pas considéré trop onéreux par nos distributeurs. Ils ont foi que cette charge est raisonnable et que le facteur de résiliation d'abonnements est méprisable, pour ne pas dire inexistant.

(...)

D'ailleurs, aujourd'hui, il nous fait plaisir de vous informer que les câblodistributeurs nous garantissent la distribution de notre programmation dans plus de 1 200 000 foyers, donc environ 100 000 de plus que le nombre contenu dans les prévisions déposées au Conseil.<sup>68</sup>»

Mais si TVSQ pouvait se réclamer de l'appui formel des câblodistributeurs du Québec, il en était tout autrement pour RDS, l'organisation télévisuelle concurrente. «Les câblodistributeurs nous ont fait comprendre que le service au prix demandé ne les intéressait pas», a déclaré à ce sujet Pierre Béland, le président de Télémedia Québec, l'entreprise qui, en association avec TSN, souhaitait lancer RDS<sup>69</sup>. Rappelons-le, RDS demandait à être obligatoirement distribué par les câblodistributeurs au prix de 1 \$ par mois, par abonné, avec, pour les années suivantes, des hausses annuelles de 0,05\$ par mois, par abonné.

D'ailleurs, les représentants de l'ACQ (Association des câblodistributeurs du Québec) et de la SETTE ont confirmé leur objection à la distribution de RDS et de Canal Famille en déclarant que, s'ils s'opposaient à la candidature de Canal Famille, c'était tout simplement à cause des frais mensuels de 0,50 à 0,70\$, jugés trop élevés, et des frais mensuels de 1\$ pour RDS qui, dans ce dernier cas, représentaient des frais qui «dépassent largement la capacité et la volonté de payer de l'ensemble des abonnés du câble au Québec»<sup>70</sup>.

Le CRTC a manifesté sa désapprobation de deux façons: non seulement il a accordé des licences à RDS et à Canal Famille, mais il a écarté le projet Télé des Jeunes piloté par Vidéotron, l'entreprise majeure de câblodistribution pour le Québec. Une fois de plus, le CRTC a montré qu'il était l'acteur dominant dans ce système.

Une telle constatation démontre, selon nous, que les câblodistributeurs ont subi la création des chaînes spécialisées au Québec. À partir du moment où le CRTC a décidé qu'il fallait créer des chaînes spécialisées, les câblodistributeurs ont été placés devant le fait accompli. Au nom de quel principe auraient-ils d'ailleurs pu s'opposer à la régie fédérale qui leur accorde leur licence? Ils ne pouvaient faire autrement qu'accepter cette nouvelle donne et tenter de s'adapter à cette situation. Ils ont plutôt souhaité que l'implantation des chaînes spécialisées se fasse selon des modalités et avec des acteurs ne les mettant pas en danger.

De toute évidence, le CRTC n'a pas retenu une telle approche. C'est ce qui nous porte à croire que l'on ne peut prétendre que, dans l'histoire récente de la télévision au Québec, «les câblodistributeurs sont devenus les acteurs dominants du système»<sup>71</sup>. Avec les refus essuyés autant par leur association que par Vidéotron, peut-on encore affirmer qu'ils forment une «deuxième dynastie (qui) exerce désormais son hégémonie sur l'industrie et préside à sa destinée?»<sup>72</sup>

Le CRTC, nous l'avons vu, avant même la tenue de l'audience, avait pris fait et cause pour la création de chaînes spécialisées au Québec. Selon les câblodistributeurs, retenir des projets comme Canal Famille et RDS menaçait le système existant puisque leur programmation pou-

vait se rapprocher de ce que les chaînes conventionnelles offraient déjà. Mais, surtout, les tarifs demandés par ces organisations forçaient les câblodistributeurs à augmenter substantiellement la facture mensuelle de leurs abonnés qui, déjà, payaient un prix plus élevé que dans le reste du Canada.<sup>73</sup>

## Des engagements importants

Le CRTC a tout simplement retenu les organisations télévisuelles faisant les engagements les plus importants. Il suffit de reprendre la lecture des données accumulées dans notre grille pour s'en convaincre. Naturellement, la seule limite à ces engagements reposait sur la nécessité de *démontrer* que l'organisation était effectivement en mesure de les mettre à exécution. Par exemple, Canal Famille promettait plus que Télé des Jeunes et RDS promettait plus que TVSQ. On peut sans doute expliquer une telle approche en mentionnant que, dans la mesure où les chaînes spécialisées représentaient une «nécessité» pour le Québec, il fallait que les projets retenus fussent les plus accomplis possible.

Le tableau à la page 216 reprend ce qui était sans doute, aux yeux des commissaires, l'aspect le plus important des entreprises requérantes: leurs engagements financiers. En adoptant une approche dans laquelle on retenait les entreprises promettant le plus, n'y avait-il pas danger d'affecter le rendement des chaînes conventionnelles existantes? Une organisation télévisuelle consacrant des moyens importants à la mise sur pied d'une programmation spécialisée ne ris-

quait-elle pas d'attirer davantage de téléspectateurs, ce qui pourrait à la longue réduire les audiences des chaînes existantes?

Les recherches étaient là pour démontrer le contraire, ont toujours soutenu aussi bien les organisations télévisuelles faisaient une demande que le CRTC lui-même. Il devient alors intéressant de nous interroger sur la portée et la valeur de ces recherches si souvent invoquées en audience et, d'ailleurs, largement reprises dans les décisions.

## **La validité des recherches**

Pour un chercheur, cette partie du processus de création des chaînes spécialisées au Québec est très intrigante. Est-ce que les recherches démontraient réellement la nécessité de créer des chaînes spécialisées au Québec, sans qu'il y ait danger pour les chaînes existantes? On peut à tout le moins exprimer de fortes réserves à ce sujet. Par exemple, le Comité fédéral sur l'avenir de la télévision francophone avait entrepris des rencontres entre représentants des ministères fédéral et provincial des communications et avait voulu obtenir le pouls du public au moyen de groupes-témoins (ce que l'on appelle couramment dans le milieu de la recherche marketing des *focus groups*)<sup>74</sup>. Par la suite, le comité avait émis une série de réflexions et de recommandations dont la mise en application avait pour objectif final l'amélioration de la télévision française au Canada. Le comité avait pris la peine de bien baliser ses interventions en insistant sur le caractère forcément limité des données recueillies.

Outre la création d'un certain nombre de chaînes spécialisées, le Comité favorisait également la propriété croisée à cause de l'étroitesse du marché québécois. En d'autres termes, selon le Comité, une entreprise pouvait à la fois être propriétaire d'une chaîne spécialisée et d'une entreprise de câblodistribution, par exemple. Le CRTC, si enclin à se réclamer de la recommandation du Comité conjoint touchant la création des chaînes spécialisées, aurait tout aussi bien pu invoquer une telle recommandation en attribuant une licence à Vidéotron plutôt qu'à Canal Famille.

De la même façon, le Groupe de travail Caplan-Sauvageau ne favorisait pas la création d'une chaîne spécialisée destinée aux seuls enfants<sup>75</sup>. Là aussi, le CRTC, si prompt à invoquer la nécessité de créer des chaînes spécialisées à partir des recommandations du Groupe de travail Caplan-Sauvageau, aurait tout aussi bien pu se réclamer de cette autre recommandation pour ne pas accepter les demandes reliées à la création d'une chaîne destinée aux enfants.

D'ailleurs, il n'est pas inutile de rappeler que le Groupe de travail Caplan-Sauvageau, dans ses réflexions sur la création de chaînes spécialisées, reconnaissait qu'il était très difficile de prévoir leur succès éventuel aux États-Unis et, tant au Québec qu'au Canada anglais, il n'y voyait pas ce caractère d'urgence que le CRTC y avait attribué puisque ...

«...la télévision payante et les services spécialisés recueillent moins de 3 p. cent de l'auditoire de langue anglaise, au Canada; au secteur francophone, l'achalandage est encore plus minime.<sup>76</sup>»

C'est ce qui nous porte à souligner que le CRTC a invoqué de façon très partielle des recommandations tant du Groupe de travail que du Comité conjoint pour favoriser la création de chaînes spécialisées. Dans les deux cas, on reconnaissait l'intérêt de créer des chaînes spécialisées, mais sans attribuer à une telle opération un caractère d'urgence. De plus, de telles recommandations se faisaient à l'intérieur d'un plan d'ensemble que le CRTC n'a jamais invoqué en audience ou dans ses décisions. Une lecture très attentive des rapports du Groupe de travail et du comité conjoint nous permet de croire que le CRTC aurait très bien pu prendre des décisions fort différentes tout en les invoquant.

De la même façon, les recherches sur lesquelles plusieurs organisations télévisuelles se sont appuyées laissent songeur. Il serait fastidieux de reprendre toutes les recherches invoquées dans cette audience pour les étudier une à une. Mais si l'on consulte les données recueillies dans la partie de la grille portant sur *les valeurs* exprimées par les cinq organisations télévisuelles ayant été retenues par le CRTC<sup>†††</sup>, on peut se poser un certain nombre de questions.

Par exemple, Canal Famille n'a invoqué aucune recherche et s'est contenté d'affirmer que le manque de chaînes francophones allait pousser les Québécois à regarder la télévision américaine. Pourtant, comme nous l'avons établi dans l'analyse de l'audience portant sur l'attribution à Quatre-Saisons, les commissaires du CRTC avaient alors conclu qu'il était impossible de démontrer une telle affirmation. Toujours sans démontrer ses affirmations, Canal Famille a affir-

---

<sup>†††</sup> Voir grille en annexe du présent chapitre.

mé que le manque de débouchés empêchait les producteurs indépendants de développer toutes leurs idées.

Si on se penche sur le dossier de RDS, on peut se demander s'il fallait voir un problème réel dans cette hausse de 80% de l'écoute francophone d'émissions sportives aux chaînes anglaises de 1984 à 1986. S'agissait-il d'une tendance de fond? Est-ce que l'écoute des émissions sportives représentait une part importante de toute l'écoute des émissions de télévision? On n'en a rien su. En se basant sur une autre recherche, les dirigeants de RDS ont également affirmé que 46% des répondants abonnés au câble exprimaient un intérêt à regarder un canal sportif francophone. En quoi cela démontrait-il la nécessité de créer une chaîne spécialisée francophone consacrée aux sports, du type de celle que RDS proposait?

Quel fondement donner à des chiffres qui, au mieux, étaient basés sur *l'intérêt éventuel* que des téléspectateurs pourraient avoir vis-à-vis d'une chaîne qui, au moment où ils répondaient aux questions, n'existait pas? Quelle peut être la relation entre *l'intérêt* exprimé pour une chaîne n'existant pas et *l'écoute effective* que ce même public peut en faire? À titre d'exemple, mentionnons que, dans la recherche Angus Reid, 45% des Québécois interrogés se disaient très favorables à la télévision éducative<sup>77</sup>. Pourtant, seulement de 3 à 6% des Québécois en moyenne ont *effectivement* regardé Radio-Québec de 1986 à 1995<sup>78</sup>. C'est toute la différence entre un souhait et la réalité!

De la même façon, est-ce que l'on peut accorder une valeur aux chiffres avancés par TV5, chiffres nous apprenant que 74% des répondants exprimaient leur intérêt pour une programmation télévisuelle offerte sans interruption publicitaire avec présentation de documentaires, d'émissions étrangères de qualité et de concerts de musique classique? En quoi de tels chiffres démontraient-ils que les Québécois regarderaient les émissions de TV5 qui, au moment où ils répondaient au sondage n'existait même pas?

On peut également être très surpris par les résultats des recherches effectuées pour le compte de MétéoMédia. 93% des consommateurs canadiens affirmaient leur intérêt pour les questions climatiques et 85% d'entre eux disaient avoir besoin de prévisions météo au moins une fois par jour. Devant de tels chiffres, l'observateur est tenté de remarquer que, compte tenu des conditions climatiques très capricieuses d'un pays comme le Canada, il est nul besoin de faire une recherche pour «prouver» que les Canadiens s'intéressent aux renseignements sur la météo!

À supposer que de tels chiffres «démontraient» la nécessité de créer une chaîne météo, en quoi cela prouvait-il que «la» solution aux « problèmes » soulignés reposait sur la création de MétéoMédia? Encore une fois, on retrouve ici un écart certain entre l'intérêt que l'on pouvait exprimer pour un sujet donné et la programmation d'une chaîne de télévision, éventuellement offerte, sur un tel sujet. Il y a là une sorte de hiatus que l'on a franchi sans baliser un tel raisonnement.

Quant aux dirigeants de MusiquePlus, sans évoquer de recherches, ils se sont contentés d'affirmer que les jeunes adultes recherchaient un style télévisuel auquel les chaînes conventionnelles ne répondaient pas présentement.

La minceur de ces argumentations, selon nous, s'explique tout simplement par les exigences du CRTC qui, nous l'avons vu, n'a jamais démontré cette nécessité de créer des chaînes spécialisées au Québec. La CAB<sup>§§§</sup> a d'ailleurs fortement contesté en audience l'interprétation des recherches si souvent invoquées par le CRTC et les diverses organisations télévisuelles faisant une demande. Depuis quand peut-on prévoir l'avenir avec de telles recherches, a demandé publiquement la CAB?<sup>79</sup> La régie fédérale a tout simplement ignoré de telles objections qui, pourtant, remettaient fondamentalement en question une bonne partie des argumentations développées autant par le CRTC que les organisations télévisuelles posant leur candidature. Dans la mesure où il «fallait» créer des chaînes spécialisées, il n'est pas surprenant de constater que l'on n'a pas plus fouillé qu'il ne le fallait les chiffres et les affirmations de tout un chacun.

---

<sup>§§§</sup> CAB: Canadian Association of Broadcasters

## Le cas MTVQ

Seules les organisations faisant des engagements importants tout en étant en mesure de démontrer leurs capacités de les mener à terme ont donc été retenues. Un seul cas reste mystérieux: MTVQ. Nous avons déjà souligné que MTVQ avait contesté jusqu'au conseil des ministres l'action du CRTC dans le domaine des chaînes spécialisées. Une telle action aurait-elle irrité les commissaires? Nul ne saurait le dire. On peut à tout le moins souligner que cette organisation faisait des engagements nettement plus considérables que ceux de MusiquePlus en promettant notamment des quotas de musique québécoise bien supérieurs à ceux de MusiquePlus. C'est d'ailleurs ce que Radio-Futura avait souligné aux commissaires en recommandant à ces derniers d'accorder une licence à MTVQ s'ils décidaient de favoriser le développement des chaînes spécialisées au Québec. Les commissaires ont pourtant opté pour une organisation télévisuelle dont les engagements pour la musique québécoise était nettement inférieurs à ceux de l'organisation concurrente \*\*\*\*.

Radio-Futura avait souligné que la diffusion de vidéoclips québécois n'obéissait pas aux mêmes règles de fonctionnement que la diffusion de vidéoclips américains ou canadiens. Sans prendre

---

\*\*\*\* Il est à noter que MTVQ faisaient des engagements plus importants que ceux de MusiquePlus parce que sa programmation était basée aussi bien sur la diffusion de vidéoclips que d'émissions de jazz et de chansons. MusiquePlus se contentait uniquement de diffuser des vidéoclips. En ayant un registre plus étendu, il devenait plus facile d'augmenter les quotas de musique canadienne. Il est intéressant de mentionner que les propriétaires de MusiquePlus (CHUM et Radiomutuelle) viennent d'obtenir une licence pour MusiqueMax (*Décision CRTC 96-614*) qui va présenter une programmation se rapprochant de celle projetée par MTVQ. En d'autres termes, Radiomutuelle vient d'obtenir avec *deux* chaînes spécialisées ce que MTVQ se proposait de faire avec *une* seule chaîne.

position par rapport au fond d'une telle question, on peut à tout le moins remarquer que les commissaires n'ont absolument pas réagi à de telles affirmations et qu'au moment de rendre des décisions affectant la production de vidéoclips québécois, il aurait été de mise de vérifier la pertinence et la véracité des affirmations de Radio-Futura.

### **Le CRTC voulait-il démontrer son autorité?**

Sans avoir véritablement démontré le bien-fondé de ses interventions, le CRTC a donc décidé de créer dès 1987 cinq chaînes spécialisées au Québec. La pénétration des chaînes spécialisées américaines, si souvent mentionnée comme dangereuse pour la télévision canadienne, était pourtant nulle au Québec. Le transfert linguistique des francophones auquel il a été fait si souvent allusion en audience n'a pas été davantage démontré. Est-il besoin de rappeler que, deux ans auparavant, dans l'audience qui s'était terminée par la création de Télévision Quatre-Saisons, les commissaires (sensiblement les mêmes, d'ailleurs, que ceux ayant étudié la création de chaînes spécialisées au Québec) avaient estimé qu'un tel transfert linguistique n'existait pas. Pour favoriser la création de chaînes spécialisées au Québec, on s'est plutôt rabattu sur les «besoins» exprimés par le public québécois lors des innombrables recherches invoquées jusqu'à plus soif dans cette audience. L'interprétation des données de ces recherches, c'est le moins que l'on puisse dire, demeure fort discutable. Des intervenants ont contesté de telles recherches mais, nulle part dans les décisions, on ne retrouve ne serait-ce que le début d'une réfutation des critiques formulées à cet égard.

Pourquoi avoir agi ainsi? On peut émettre l'hypothèse que les commissaires étaient absolument convaincus de l'urgence d'agir et que cela a été leur seule et unique motivation. On peut alors se poser des questions sur leur habileté à poser semblable diagnostic. Il aurait été approprié de démontrer cette urgence, ce qui, à la lumière des données recueillies, n'a jamais été fait.

Des données récentes jettent par ailleurs un éclairage très particulier sur l'action du CRTC dans les années 85-90. Rappelons-le, on était à cette époque au beau milieu de la révision de la loi de 1975, elle-même une révision de celle de 1968. C'est d'ailleurs dans le but d'alimenter cette révision que le gouvernement fédéral avait créé le Groupe de travail Caplan-Sauvageau en 1985.

Ainsi Gerald Caplan a déclaré récemment que Florian Sauvageau et lui avaient insisté auprès du CRTC pour que la régie ne pose aucun geste au sujet du développement de la télévision spécialisée pendant les études du Groupe de travail. On risquait, si le CRTC continuait son processus d'implantation de chaînes spécialisées, de se retrouver devant un double processus:

«Cette situation a d'ailleurs fait l'objet d'une polémique entre André Bureau qui présidait le CRTC à cette époque, et les coprésidents du Groupe de travail Caplan-Sauvageau. Ces derniers maintiennent que Bureau s'était engagé à ne pas tenir d'audiences sur les services spécialisés avant que leur rapport ne soit déposé auprès du gouvernement. "Il avait fait un 'deal' avec nous auquel il a renoncé par la suite", affirme Gerald Caplan. "Nous lui avons dit que nous aurions sûrement des recommandations à faire à ce sujet et qu'en conséquence, il était plus sensé qu'il attende. Il était d'accord et il s'y est même engagé, puis il est revenu sur sa parole. Il ne voulait plus attendre et cela nous a menés à une grosse chicane avec lui."<sup>80</sup>»

Selon Jerry Kinsman, alors sous-ministre adjoint aux Affaires culturelles et à la Radiodiffusion du ministère des Communications du Canada, le CRTC tenait à posséder une autorité maximale dans le domaine de radiodiffusion et, devant la probabilité d'une nouvelle loi, il tenait à ce que toutes ses prérogatives soient maintenues<sup>81</sup>.

Enfin, l'ancienne ministre Flora MacDonald, qui avait succédé à Marcel Masse à cette époque, a déclaré récemment que, devant les actions gouvernementales ayant pour objectif final une nouvelle loi de radiodiffusion, le CRTC aurait dû suspendre son processus car, selon elle, le CRTC, qui est «un régulateur et non pas un décideur politique aurait dû suspendre le sien.<sup>82</sup>»

Voilà donc des données éclairant singulièrement le processus. Coûte que coûte, le CRTC a pris la responsabilité de créer des chaînes spécialisées au Québec. Il est possible que les commissaires aient été fortement motivés par l'urgence d'agir. Une urgence qui, rappelons-le, a été souvent invoquée mais jamais démontrée. Se peut-il aussi que la régie fédérale ait souhaité conforter sa propre existence et sa propre autorité en dominant la création des chaînes spécialisées aussi bien au Canada qu'au Québec? Compte tenu de l'absence manifeste de preuves sur cette supposée «urgence» à agir, nous croyons cette hypothèse fondée. Est-elle suffisante pour expliquer à elle seule la création de chaînes spécialisées au Québec? Peut-être pas.

Dans cette audience, le CRTC, comme il l'avait fait pour la création de Quatre-Saisons, n'a pas su démontrer, en dépit de ses nombreuses affirmations sur les différences entre le Québec et le Canada anglais, qu'il fallait adopter des solutions différentes pour deux télévisions différentes.

Des organisations aussi dissemblables que Radio-Canada, Vidéotron, TV5, Radio-Québec et Radio-Futura ont insisté pour aborder différemment le Québec du Canada anglais, ce qui faisait d'ailleurs suite aux réflexions du Groupe de travail et du Comité conjoint dont une grande partie des travaux avaient essentiellement souligné une telle différence. Les commissaires du CRTC n'ont absolument pas tenu compte des différences en question.

On s'est contenté, à partir de critères «nationaux» reliés à une pénétration de plus en plus grande de chaînes spécialisées américaines au Canada anglais, qu'il fallait décider pour le Québec ce qui avait été décidé pour le Canada anglais. Si l'on ajoute à cela un désir bien réel de démontrer son autorité dans une conjoncture particulièrement mouvante dans le domaine des communications au Canada, on obtient là deux explications valables à l'intervention du CRTC.

-----

Une telle interprétation nous amène maintenant à pouvoir répondre à la question de départ portant sur l'explication de la multiplication récente des chaînes de télévision au Québec. Nous allons y parvenir en résumant dans la prochaine et dernière partie de cette étude les données accumulées dans l'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise et dans les deux audiences sur lesquelles nous venons de porter notre attention.

## **ANNEXE**

### **Les stratégies des acteurs sociaux**

#### **Audience portant sur la création de chaînes spécialisées**

### **Les organisations télévisuelles**

Il était difficile de résumer chacun des dix projets présentés à l'audience selon des critères rigoureusement identiques. Chacun d'entre eux avait une organisation, une programmation, des modalités de financement, des budgets et des objectifs très variables de l'un à l'autre. La grille de l'acteur social, élaborée précédemment au chapitre trois, et qui nous a d'ailleurs permis d'obtenir les données sur le CRTC exposées aussi bien dans le chapitre précédent que dans celui-ci, nous a aidé à résumer chaque projet selon des critères relativement identiques.

Il a fallu estimer certains chiffres de façon à obtenir le même type de données d'une organisation à l'autre, et cela est alors clairement indiqué. Nous ne nous sommes pas livrés à une étude exhaustive des budgets et engagements soumis. Pour les fins de la recherche, il s'agissait de souligner *de façon schématique* les principaux engagements en programmation, de même que les montants les plus importants discutés en audience qui, dans ce dernier cas, étaient souvent arrondis et résumés. Il peut donc y avoir des écarts entre ces chiffres et ceux qui ont été indiqués dans les formulaires présentés au CRTC, mais nous ne croyons pas que cela modifie les résultats recueillis et l'interprétation que l'on peut en faire.

Enfin, nous avons complété le résumé de chacun de ces projets par les interrogations les plus importantes que les commissaires du CRTC entretenaient au sujet de chacun d'entre eux.

-----

**TV CANADA/TÉLÉ-CANADA<sup>83</sup>****LES VALEURS***a) Les problèmes:*

Trop d'émissions de divertissement aux chaînes conventionnelles en «prime time».

Manque flagrant de débouchés pour les créateurs actuels.

Traitement non adéquat de l'information aux chaînes conventionnelles.

Trop de Canadiens souscrivent à PBS, le réseau américain de télévision éducative.

*b) Les besoins:*

Selon un sondage Gallup mené pour Télé-Canada:

- Les Québécois se disent mal servis par la télévision conventionnelle.
- L'appui à la création canadienne télévisuelle est particulièrement élevé au Québec.

Selon la recherche Angus Reid faite pour le CRTC:

- Sur description des divers services discutés pendant ces audiences, Télé-Canada est le plus apprécié, le moins apprécié étant TV5.
- 79% des Québécois se disent prêts à payer 1\$ par mois pour un service comme Télé-Canada.

*c) Les solutions-objectifs:*

Création de deux chaînes spécialisées: Télé-Canada/TV Canada, un organisme sans but lucratif, financé par les abonnements, 1\$ par mois, par abonné, sans publicité.

Programmation et production décentralisées et axées sur l'information, les sciences, les arts, la jeunesse, la recherche et l'innovation. Productions entièrement confiées aux producteurs indépendants.

**LES PRINCIPES D'ACTION***a) Les zones d'incertitude*

Les câblodistributeurs québécois n'appuyant pas un tel projet à cause de son coût très élevé, Télé-Canada doit donc absolument obtenir du CRTC la distribution obligatoire de son service.

*b) Les capacités*

TV-Canada/Télé-Canada, organisme à but non lucratif formé et dirigé par 10 personnes avec siège social pour la chaîne anglaise à Vancouver et, pour la partie française, «probablement» à Québec. Le groupe des 10, dirigé par François Macerola de l'ONF, va former deux conseils d'administration et deux sièges sociaux, l'un anglophone et l'autre francophone.

Investissement:            aucun (Emprunt de 28 millions de \$ à la Banque Nationale)

Revenus (an 1):            16 600 000\$ (programmation française)

- Basés sur une pénétration de 35% des 5 millions et demi d'abonnés canadiens à 1\$ par mois par abonné.
- 65% des revenus à la programmation anglaise. (Répartition de 40-60 à la 5<sup>ème</sup> année)

Programmation (an 1) : 14 540 000\$ comprenant:

- 10 000 000\$ (productions originales à 26 000\$ l'heure)
- 4 540 000\$ (acquisitions à 4 000\$ l'heure)
- 1508 h. d'émissions de 8h à minuit en un an.
- 1/4 des émissions: productions originales,
- 3/4 des émissions: acquisitions canadiennes et étrangères
- 8 h par jour d'émissions originales.
- Contenu canadien à 70%.

Utilisation du satellite Anik

*c) Nature des rapports*

Le CRTC doit décider au nom du peuple canadien de la diffusion obligatoire de Télé-Canada dans tous les marchés francophones. Un tel pouvoir ne peut être remis aux câblodistributeurs. L'impact sur les chaînes conventionnelles sera mineur.

*d) Augmentation des ressources*

La création de Télé-Canada va augmenter les choix et les ressources télévisuelles au Canada français.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

La création de Télé-Canada va pousser les gens qui ne le font pas à regarder davantage la télévision.

**LES INTERROGATIONS DU CRTC**

Les commissaires ont fortement discuté les structures très lourdes de cet organisme doté de deux conseils d'administrations, deux sièges sociaux et de nombreux comités consultatifs de programmation. Les conditions imposées par la Banque Nationale étaient telles qu'on pouvait se demander qui, en dernier ressort, était responsable de Télé-Canada. Le CRTC ne pouvait accepter une telle situation, son seul interlocuteur valable étant le titulaire de la licence, et non une institution financière.

La compagnie n'était pas constituée et n'appartenait à aucune organisation reconnue. Il fallait faire un «acte de foi» au sujet de sa structure et de son fonctionnement futurs.

Avec un abonnement très élevé et obligatoire, l'entreprise n'aurait de compte à rendre à personne pendant les cinq années de la durée de sa licence.

-----

## CANAL SANTÉ<sup>84</sup>

### *LES VALEURS*

#### *a) Les problèmes*

Trop peu d'émissions sur la santé aux chaînes conventionnelles.

Les entreprises offrant des produits reliés à la santé (ex: les compagnies pharmaceutiques) ne peuvent avoir recours à la publicité traditionnelle.

#### *b) Les besoins*

Selon un sondage Sorecom pour le compte de Canal Santé:

- 52% des Québécois sont prêts à payer 0,25\$ par mois pour un canal santé.
- 31% des Québécois sont prêts à payer jusqu'à 1\$ de plus par mois pour un canal santé.

Il y a des besoins nouveaux pour des produits comme les couches pour incontinence, des injections pour lutter contre le diabète, etc.

Le CRTC a exprimé un intérêt pour les chaînes spécialisées dans ses avis publics.

#### *c) La solution-objectif*

Création de Canal Santé, une chaîne spécialisée consacrée à la santé et aux habitudes de vie, 24 h sur 24 à 0,20\$ par mois, par abonné, avec publicité.

### *LES PRINCIPES D'ACTION*

#### *a) Les zones d'incertitude*

L'organisation n'en a exprimé aucune sinon que, comme toutes les autres, elle ne savait pas si elle obtiendrait une licence.



*c) Nature des rapports*

Projet appuyé par les câblodistributeurs du Québec: 1 006 000 abonnés.

Appui de nombreux organismes du milieu de la santé: CRSSS, Centraide, Fédération des CLSC, les Corporations professionnelles des diététistes et des hygiénistes, l'Ordre des chiropraticiens, etc.

Aucun radiodiffuseur québécois ne s'oppose à ce projet.

Le ministère des Communications du Québec favorise la création de chaînes spécialisées au Québec.

*d) Augmentation des ressources*

Recettes publicitaires la 1<sup>ère</sup> année: 3 500 000\$ avec un marge bénéficiaire très basse de 35 000\$.

**LES RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

Canal Santé va toucher 1% de l'écoute totale et recueillir 1.8% des revenus publicitaires totaux en télévision au Québec.

Les annonceurs touchés ne viennent pas des milieux traditionnels. Les auditoires visés sont très restreints. L'impact sur la télévision conventionnelle sera presque nul.

**LES INTERROGATIONS DU CRTC**

Les commissaires ont exprimé des doutes très sérieux sur le projet considéré comme «vague et flou»<sup>85</sup> et sur la trop grande importance accordée à la publicité, en se demandant même s'il s'agissait d'un canal de mise en marché plutôt qu'un canal d'information.

Ils se sont demandés également si les frais d'immobilisation n'étaient pas trop bas.

-----

**CANAL FAMILLE**<sup>86</sup>**LES VALEURS***a) Les problèmes*

Le manque de chaînes francophones pousse les Québécois à regarder davantage la télévision américaine.

Les producteurs indépendants ne peuvent développer toutes leurs idées à cause du manque de débouchés au Québec.

Il n'y a pas suffisamment d'émissions pour les 10-14 ans à la télévision conventionnelle.

À cause de la taille restreinte du marché québécois, il est impossible de créer des chaînes spécialisées rentables auxquelles on pourrait s'abonner librement.

*b) Les besoins*

Super Écran, propriétaire de Canal Famille, a créé le **Club des super amis**, un regroupement d'enfants renseignant l'organisation sur les besoins de ses clients.

Il faut diffuser les émissions pour enfants à des horaires qui leur conviennent.

Les Québécois ont besoin d'une chaîne spécialisée avec programmation famille de qualité équivalente à ce que l'on retrouve au Canada anglais.

Les Québécois ont besoin d'autant de chaînes que les Canadiens anglais.

*c) Les solutions-objectifs*

Il faut créer au Québec un nombre équivalent de chaînes à celles que les anglophones peuvent recevoir chez eux.

La création de chaînes spécialisées mises au point par l'entreprise privée va renforcer la télévision québécoise.

Création de **Canal Famille**, une chaîne spécialisée de grande qualité, avec émissions pour enfants 10-14 ans, distribuée sur le service de base, 12h par jour (13h les week-ends), sans publicité, à 0,50\$ par mois, par abonné.

**LES PRINCIPES D'ACTION***a) Les zones d'incertitude*

Les câblodistributeurs rejettent un tel service jugé trop cher pour le marché québécois.

Le CRTC doit les obliger à distribuer Canal Famille.

*b) Les capacités*

Canal Famille appartient à **Super Écran** qui avance les frais nécessaires à son lancement. Super Écran met ses installations techniques sans frais à la disposition de Canal Famille, ce qui réduit considérablement les frais d'installation

Financement :                    300 000\$

280 000\$ (dépenses de lancement)

20 000\$ (immobilisations et équipement)

+marge de crédit, Banque TD)

Revenus (an 1):                6 000 000\$

(1 million d'abonnés X0,50\$ X12)

Programmation (an 1): 4 124 000\$ comprenant notamment

- 1 872 000\$ (104h d'émissions originales)
- 1 600 000\$ (36h d'émissions étrangères)
- 80 000\$ (développement de scénarios)
- Coût moyen d'une émission originale: 8 000\$ l'heure.
- 60% de contenu canadien.

Production confiée aux producteurs indépendants. Programmation élaborée à partir des idées des producteurs indépendants, d'un comité consultatif non encore formé et de sondages.

Utilisation du satellite Anik-C.

*c) Nature des rapports*

Le CRTC doit seul décider des services à distribuer.

Le bassin de population québécoise est trop restreint, ce qui doit entraîner une distribution obligatoire de Canal Famille.

*d) Augmentation des ressources*

La création de chaînes spécialisée au Québec ne causera aucun problème aux câblodistributeurs. La recherche Nordicity démontre que l'on peut augmenter sans problème d'1\$ par mois l'abonnement au câble au Québec sans même ajouter de chaînes spécialisées et les consommateurs ne seront pas portés à se débrancher.

***LES RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR***

La création de chaînes spécialisées francophones va permettre au Québec d'être aussi bien servi en ce domaine que le reste du Canada.

***INTERROGATIONS DU CRTC***

Les commissaires n'ont souligné aucune imprécision dans la demande de Canal Famille.

-----

## TVJQ (Télévision des jeunes du Québec)<sup>87</sup>

### LES VALEURS

#### a) Les problèmes

On ne peut augmenter le service mensuel de câblodistribution de plus de 1\$ à 1,25\$ par mois, sinon de 10% à 13% des abonnés vont suspendre leur abonnement. Les pertes encourues pourraient représenter un montant équivalent aux bénéfices de Vidéotron.

Les possibilités d'expansion pour une organisation télévisuelle au Québec sont très limitées.

Un million d'abonnés est nécessaire pour assurer la rentabilité d'une chaîne spécialisée.

#### b) Les besoins

Selon un sondage Sorecom effectué pour Vidéotron, TVJQ est la chaîne spécialisée la plus populaire chez Vidéotron.<sup>††††</sup>

Une étude faite par Cogem montre que 30% des jeunes de 15 ans et moins chez les abonnés regardent TVJQ.

#### c) Les solutions-objectifs

La meilleure façon de développer des chaînes spécialisées, c'est de les offrir à tarif raisonnable sur le service de base et de compléter le financement avec de la publicité.

Modification de TVJQ, la chaîne actuelle de télévision pour les jeunes, pour la doter d'un budget plus important à raison de 0,25\$ par mois, par abonné, sans publicité.

Entreprise sans profit avec émissions à budget restreint destinées à quatre groupes d'âge: 3-6 ans, 6-11 ans, 11-15 ans, 15-20 ans.

---

<sup>††††</sup> Il est à noter que TVJQ existait déjà au moment où Vidéotron faisait cette demande. Le CRTC lui avait accordé une licence temporaire à titre expérimental.

**LES PRINCIPES D'ACTION***a) Les zones d'incertitude*

Vidéotron ne souhaite pas que le CRTC attribue des licences à des chaînes spécialisées coûtant trop cher aux abonnés.

*b) Les capacités*

Vidéotron, le plus important câblodistributeur du Québec, est également propriétaire de Télé-Métropole et possède déjà avec Télé des Jeunes les installations nécessaires.

Financement:                      aucun  
(Utilisation des installations existantes)

Revenus (an 1):                      3 468 000\$  
(1 156 000 abonnés X 0,25\$ X 12)

Programmation (an 1):    1 733 000\$ comprenant notamment:

1 300 000\$ (productions canadiennes)  
100 000\$ (développement de scénarios)

25 heures de programmation originale par semaine soit:

- 15 h de contenu canadien (dont 9 heures de productions originales)
- 10 h d'émissions étrangères.
- 39 semaines de programmation régulière par année.
- 13 semaines d'émissions en reprise.
- 60% de contenu canadien.
- Coût moyen d'1 h d'émission originale: 4 000\$

Un comité de programmation siège trois fois l'an.

Comité consultatif devant vérifier si TVJQ répond aux besoins des jeunes et reflète bien la mosaïque culturelle de notre société.

Production confiée à des producteurs indépendants ayant accès gratuit aux chaînes de montage et aux équipements de post-production de Vidéotron.

Production décentralisée et effectuée dans les grandes régions du Québec à raison d'1 émission originale sur 3.

Liaison satellite avec Anik-C.

*c) Nature des rapports*

Vidéotron appuie la création des chaînes spécialisées par le CRTC si elles ne coûtent pas trop cher.

Vidéotron, étant à la fois câblodistributeur, radiodiffuseur et éventuellement titulaire d'une chaîne spécialisée, va assurer la mise sur pied d'un comité chargé d'évaluer les plaintes reliées à la concentration.

Vidéotron appuie la création de TV5, Canal Santé, TVS-25, TVJQ et rejette Canal Famille, Télé-Canada et RDS jugés trop chers.

La concentration ne représente pas un problème puisque, à plusieurs reprises, le CRTC n'en a pas tenu compte.

*d) Augmentation limitée des ressources*

On ne peut augmenter l'offre que de façon limitée dans le marché québécois, sinon il ne pourra l'absorber.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

Augmentation des choix télévisuels pour les francophones.

**INTERROGATIONS DU CRTC**

Les commissaires ont fortement insisté sur le phénomène de la propriété croisée et de la concentration. Vidéotron câble accepterait-il de distribuer une chaîne spécialisée compétitrice de la sienne et jugée trop chère? Est-ce que Vidéotron ne risque pas de devenir une entreprise trop importante au sein de la communauté francophone du Québec?

-----

**TV5<sup>88</sup>****LES VALEURS***a) Les problèmes*

Les francophones du Canada n'ont pas autant de choix que les anglophones.

Les produits audiovisuels francophones ne circulent pas suffisamment.

*b) Les besoins*

Lors du 1<sup>er</sup> sommet des pays francophones tenu à Paris en 1986, les autorités politiques ont défini le développement de TV5 comme étant un objectif important du développement de la francophonie.

Une recherche Environnics, portant sur plusieurs médias, indique que 74% des répondants ont exprimé un grand intérêt à regarder une programmation télévisuelle offrant des documentaires, des émissions étrangères de qualité, des concerts de musique classique, le tout sans interruption publicitaire.

*c) Les solutions-objectifs*

Modification de TVFQ-99 en TV5, chaîne généraliste internationale de langue française, financée en partie par les Gouvernements du Canada et du Québec.

Abonnement au service de base (comprenant les 13 premiers canaux) à 0,27\$ par abonné, par mois, en plus de commandites institutionnelles.

**LES PRINCIPES D'ACTION***a) Les zones d'incertitude*

Zones d'incertitude très réduites. Financée par les gouvernements du Canada et du Québec, appuyée par tous les câblodistributeurs québécois et par toutes les chaînes généralistes francophones, la licence était acquise d'avance. Seules les conditions d'exercice de cette licence restaient à déterminer.

*b) Les capacités*

Consortium de télévisions Québec-Canada composé de représentants de Radio-Canada, Radio-Québec, TV Ontario, Télé-Métropole, Quatre-Saisons, chaînes françaises belge et suisse et de producteurs indépendants.

Financement assuré par des contributions des gouvernements canadien et québécois, 1 250 000 abonnés au Québec, 50 000 hors-Québec et des commandites institutionnelles.

Financement : aucun

Revenus (an 1): 9 494 000\$ répartis ainsi

- 4 000 000\$ (Gouv. du Canada et du Québec<sup>+++</sup>)
- 4 212 000\$ (abonnement: 1 300 000 X0,27\$ X12)
- 400 000\$ (Contributions estimées de Téléfilm<sup>§§§§</sup>)
- 200 000\$ (commandites institutionnelles)
- 60 000\$ (ventes d'émissions aux maisons d'enseignement)

Programmation (an 1): 4 875 000\$ comprenant notamment

- 2 700 000\$ (émission de nouvelles quotidiennes)
- 2 000 000\$ (autres émissions)
- 100 000\$ (développement de scénarios)
- Reste de budget affecté aux activités de transcodage de la SETTE.
- 75% des émissions: Europe
- 25% des émissions: Canada.
- Insistance sur les affaires publiques, l'information et les magazines.

Utilisation du satellite Anik.

---

<sup>+++</sup> Montant estimé par l'auteur à partir des indications fournies en audience par l'entreprise requérante..

<sup>§§§§</sup> Montant estimé par TV5 à partir du principe que les producteurs indépendants participant aux productions de TV5 pourraient éventuellement obtenir des fonds de Téléfilm Canada.

*c) Nature des rapports*

TV5, à cause de son importance, devrait être distribué sur le service de base parmi les 13 premiers canaux\*\*\*\*\*.

TV5 est appuyé et financé par les gouvernements du Québec du Canada, de France, de Belgique et de Suisse.

Tous les câblodistributeurs vont distribuer TV5.

TV5 souhaite obtenir une licence pour 2 ans, les gouvernements devant alors évaluer l'opération.

Le CRTC doit insister auprès des télé distributeurs hors-Québec pour qu'ils distribuent TV5.

*d) Augmentation des ressources*

Augmenter un type bien précis de programmation; les émissions internationales de langue française.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

Améliorer qualitativement l'offre francophone.

Obtenir des produits audio-visuels francophones différents de ceux que l'on voit habituellement au Canada.

Permettre aux Européens de voir des émissions francophones du Canada puisqu'il y aura des échanges.

**INTERROGATIONS DU CRTC**

Tout en manifestant un appui réel au projet TV5, les commissaires ont cherché à obtenir un engagement ferme de la part des représentant de TV5 sur le contrôle par les Canadiens d'une telle opération.

-----

---

\*\*\*\*\* Il s'agit ici des 13 premiers canaux. Les commissaires ont même demandé si cela pouvait entraîner le déplacement du canal communautaire qui, selon la réglementation du CRTC, doit être offert sur ce service de base. Les représentants de TV5 ont alors affirmé que les câblodistributeurs québécois étaient prêts à le faire, compte tenu de la nature prioritaire de TV5, ce qui a semblé heurter le commissaire Rhéal Therrien. In Audience publique, *op. cit.*, p. 1110-1111.

## TVS-25 (Télévision des sports)<sup>89</sup>

### LES VALEURS

#### a) Les problèmes

Bon nombre d'événements sportifs non couverts par les diffuseurs conventionnels.

Un grand nombre de manufacturiers et de grossistes n'ont pas accès à la publicité aux chaînes conventionnelles.

#### b) Les besoins

Selon un sondage Sorecom auprès des abonnés du câble:

- 48% avaient regardé TVSQ†††††.
- 82% des amateurs de sports étaient favorables à une chaîne sportive offerte sur le canal de base.
- Le 1<sup>er</sup> choix des abonnés: le canal sports.

Selon un sondage mené pour *le Journal de Montréal*:

- 87% de ses lecteurs estiment qu'il n'y a pas trop de sports à la télévision.

#### c) Les solutions-objectifs

Création de TVS-25, une chaîne spécialisée axée sur les sports, distribuée au service de base, 24 h sur 24, 0,25\$ par mois, par abonné, avec publicité de type national. On va ainsi augmenter l'offre en langue française d'émissions de sports et de loisirs au Québec.

Des grossistes et manufacturiers n'ayant pas accès à la télévision jusqu'ici vont désormais pouvoir le faire.

Couverture d'événements sportifs (Ex: Jeux sportifs du Québec) et loisirs (Ex: danse sociale) non diffusés jusqu'ici à la télévision.

---

††††† Il existait déjà une chaîne spécialisée consacrée au sport amateur (TVSQ) et c'est Jean-Paul Champagne, le directeur de cette chaîne fonctionnant de façon plutôt artisanale, qui, avec Gaston Parent, un autre actionnaire important, formait la nouvelle compagnie.

**LES PRINCIPES D'ACTION***a) Les zones d'incertitude*

L'ensemble des chaînes spécialisées offertes aux abonnés ne doit pas dépasser 1\$ à 1,25\$ par mois, sinon le marché québécois ne pourra absorber une telle hausse.

*b) Les capacités*

Entreprise formée par deux compagnies actionnaires unies par une convention et devant s'entendre sur tous les aspects corporatifs et juridiques de l'organisation.

Financement: 4 549 000\$

(comprenant les investissements des deux actionnaires, un emprunt à la SODICC et un emprunt à la Banque TD.)

Revenus (an 1): 4 815 000\$ comprenant:

3 315 000\$ (1 105 000 abonnés X 0,25\$ X12)  
1 500 000\$ (pub, infopub et commandites)

Programmation (an 1): 1 485 000\$<sup>++++</sup>comprenant notamment

- 1 424 000\$ d'émissions canadiennes
- 60 000\$ d'émissions étrangères
- 1 690 h d'émissions pour toute l'année,
- 90% de contenu canadien.
- 25% d'émissions produites en région.
- 5h par semaine de production indépendante.

Achat d'équipement: 3 055 750\$ (1ère année)<sup>§§§§§</sup>

<sup>++++</sup> Montant estimé par l'auteur à partir des chiffres fournis par l'entreprise en audience.

<sup>§§§§§</sup> Il fallait prévoir qu'une partie importante des émissions porterait sur la transmission d'événements nécessitant des cars des reportages, une régie, etc.

*c) Nature des rapports*

Les câblodistributeurs du Québec appuient massivement TVS-25 estimant les frais d'abonnement très raisonnables.

Revenus publicitaires prévus auront peu d'impact sur les revenus des chaînes québécoises conventionnelles estimés à 325 millions en 1988.

Fractionnement des auditoires peu important, TVS-25 ne recueillant que 1% des heures totales d'écoute au Québec.

*d) Augmentation des ressources*

Augmentation tant quantitative que qualitative d'un service déjà existant.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

L'augmentation tant qualitative et quantitative d'un service qui a très bien fonctionné assure le succès futur de cette opération.

**INTERROGATIONS DU CRTC**

Les commissaires ont fortement souligné le manque de clarté sur les relations entre les deux compagnies actionnaires. N'y avait-il pas un lien entre Vidéotron et la nouvelle compagnie puisque Gaston Parent, membre du Conseil d'administration de Vidéotron, était à la tête de l'une de ces deux compagnies actionnaires?

*Note de l'auteur: Gaston Parent était également à la tête de Canal Santé, un projet présenté au CRTC à cette même audience.*

-----

## RDS (Réseau des sports)<sup>90</sup>

### LES VALEURS

#### a) Les problèmes

Selon BBM<sup>\*\*\*\*\*</sup>, de 1984 à 1986, l'écoute francophone d'émissions sportives aux chaînes anglaises et américaines a augmenté de 80%.

Il y a moins de services francophones qu'anglophones au Québec selon le Comité conjoint fédéral-provincial et selon le rapport Caplan-Sauvageau.

Les chaînes spécialisées existantes au Québec ne sont pas professionnelles<sup>+++++</sup>.

Une chaîne spécialisée doit avoir 1 million d'abonnés pour être rentable.

#### b) Les besoins

Selon un sondage Sorecom:

- 81% des foyers québécois câblés accepteraient une hausse mensuelle d'1\$ si l'équivalent français de TSN<sup>+++++</sup> était inclus au service de base.
- 46% des foyers câblés sont très ou assez intéressés à regarder un canal sport francophone.

Selon un sondage de la firme Jolicoeur pour RDS:

- La majorité des abonnés ne réagira pas à des augmentations mensuelles de 1\$ à 3\$.

#### c) Les solutions-objectifs

Création de RDS, une chaîne spécialisée sportive francophone «haut de gamme», 24h sur 24, en association avec TSN, 1\$ par mois, par abonné, avec hausse graduelle jusqu'à 1,25\$ par mois, par abonné dans 5 ans avec recours à la publicité. La création de RDS favorise la protection du marché québécois et de sa langue.

\*\*\*\*\* BBM: Bureau of Broadcast Measurement. Il s'agit d'un organisme coopératif et sans but lucratif qui, plusieurs fois par année, publie les cotes d'écoute des chaînes de radio et de télévision au Canada.

+++++ Au moment de la tenue des audiences, TVJQ, un Canal sports et MusiquePlus existaient déjà puisque ces trois chaînes avaient obtenu des licences temporaires.

+++++ TSN: The Sports Network, une chaîne spécialisée de sports existant déjà au Canada anglais et qui s'associait à Télémedia pour créer RDS.

Rapatriement des francophones regardant les émissions sportives anglophones.

RDS devrait favoriser l'augmentation de la pénétration du câble au Québec inférieure à celle du Canada anglais.

### **LES PRINCIPES D'ACTION**

#### *a) Les zones d'incertitude*

RDS ne sait pas qui va obtenir une licence.

#### *b) Les capacités*

Entreprise créée à 50-50 par **Télémedia** propriétaire d'une chaîne de radios privées au Québec et **TSN**, la chaîne sportive canadienne appartenant à John Labatt. C.A. de 5 membres, autonome, chacun des 2 actionnaires déléguant 2 administrateurs, le 5<sup>ème</sup> étant nommé à l'unanimité par les deux compagnies actionnaires.

Financement: 7 230 000\$ (chacun 3 615 000\$)

Revenus (an 1): 18 322 000\$ soit

16 422 000\$ (1 500 000 abonnés X1\$ X12)  
1 900 000\$ (publicité)

Programmation (an 1): 13 045 000\$ comprenant notamment

- 7 061 000\$ d'émissions canadiennes.
- 3 788 000\$ d'émissions québécoises.
- 2 196 000\$ d'émissions étrangères.
- 57 h d'émissions originales par semaine.
- 60% contenu canadien quotidien.
- 50% de contenu canadien de 18h à 24h.
- 29% des coûts de programmation aux indépendants.

Utilisation du satellite Anik-C.

*c) Nature des rapports*

Le CRTC doit rendre la distribution de RDS obligatoire.

RDS s'adresse à des auditoires ne regardant pas la télévision conventionnelle.

RDS va recueillir 1 % des revenus publicitaires des chaînes conventionnelles.

*d) Augmentation des ressources*

Offre francophone accrue, création de 70 nouveaux emplois. 1 million de \$ attribué à des fournisseurs indépendants, 3 000 jours de travail à des contractuels.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

Cette augmentation qualitative et quantitative des ressources en télévision sportive va contribuer à protéger la langue et la culture française au Canada.

**INTERROGATIONS DU CRTC**

Demandes très élevées de RDS puisque, en décrochant une licence, l'organisation obtenait une clientèle captive pendant 5 ans. Même Radio-Canada n'avait pas semblable privilège.

-----

## MÉTÉOMÉDIA<sup>91</sup>

### LES VALEURS

#### a) Les problèmes

Il n'y a pas d'émissions vidéo de qualité et de présentations graphiques soignées portant sur les questions de météo au Canada.

#### b) Les besoins

Selon une recherche faite par Coopers-Lybrand auprès de 1 000 répondants et une autre faite par CROP auprès de 2 000 répondants:

- 93% des consommateurs démontrent de l'intérêt pour les questions climatiques.
- 62% des consommateurs disent que le climat affecte leurs activités.
- 85% d'entre eux disent avoir besoin de prévisions météo au moins une fois par jour et 36% plusieurs fois par jour.
- 31% ne peuvent faire la différence entre un avertissement et une simple prévision.

Des recherches menées aux États-Unis pour l'industrie du câble montre que le service le plus connu après CNN est le Weather Channel.

#### c) Les solutions-objectifs

Création d'une chaîne spécialisée sur la météo dans tout le Canada. Chaîne bilingue, 24h sur 24, 0,20\$ par mois, par abonné, sur le service étendu de base avec recours à la publicité.

C'est un service nécessaire dans un pays aux climats aussi diversifiés que ceux que l'on retrouve au Canada.

### LES PRINCIPES D'ACTION

#### a) Les zones d'incertitude

L'organisation n'en a reconnu aucune sinon que, comme la plupart des autres, elle n'avait aucune assurance d'obtenir une licence.

*b) Les capacités*

Organisation créée par **Lavalin** (80% des actions et des prêts garantis) avec une association minoritaire à **Weather Channel** (20% des actions et des prêts garantis), la chaîne spécialisée météo des USA. Le Conseil d'administration compte 5 membres: 4 nommés par Lavalin et 1 par Weather Channel.

Financement: 2 800 000\$ comprenant

1 000 000\$ d'actions (à 80/20)  
2 700 000\$ de prêts garantis (à 80/20)

Revenus (an 1): 3 950 000\$ comprenant

3 600 000\$ (1 500 000 abonnés X0,20\$ X12<sup>§§§§§§</sup>)  
350 000\$ de publicité

Dépenses (an 1): 1 795 500\$\*\*\*\*\*

Présentation alternée de météo en anglais et en français par des présentateurs-annonceurs suivis de graphiques. 100% de contenu canadien.

Utilisation du satellite Anik-D pour diffusion dans tout le Canada.

§§§§§§ Les représentants de MétéoMédia se sont contentés d'affirmer qu'ils prévoyaient une pénétration de 30% de tous les abonnés au Canada. 30% des 5 000 000 d'abonnés au Canada à cette époque = 1 500 000.

\*\*\*\*\* Montant estimé. Tous les chiffres donnés par MétéoMédia l'ont été pour les deux premières années de son fonctionnement. Nous les avons divisé par deux pour obtenir des données équivalentes aux autres candidatures toutes calculées pour l'an 1. Notons également que c'est la seule organisation télévisuelle à ne pas avoir fait de précisions au sujet de sa «programmation». On parlait plutôt de dépenses.

*c) Nature des rapports*

Service destiné à être utilisé pour de très courtes périodes de temps pendant la journée ou la semaine. Il n'y aura donc pas fragmentation des auditoires.

*d) Augmentation des ressources*

Pendant les 5 ans de la licence, le nombre d'abonnés devrait augmenter ce qui allait permettre à l'organisation d'offrir des services de plus en plus étendus.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

La pénétration du service devrait atteindre 66% des abonnés canadiens à l'an 5 du service et devenir tout à fait nécessaire.

**INTERROGATIONS DU CRTC**

Les commissaires ont semblé très bien recevoir le projet et n'ont eu qu'une seule interrogation au sujet de la participation minoritaire de WeatherChannel, laquelle devait absolument rester minoritaire pour se conformer aux lois canadiennes.

-----

**MTVQ<sup>92</sup>****LES VALEURS***a) Les problèmes*

Il n'y a pas suffisamment de choix francophones.

Le marché québécois étant restreint, il faut distribuer les chaînes spécialisées sur le service de base du câble.

*b) Les besoins*

La culture francophone en Amérique nécessite des créneaux d'expression pour s'épanouir.

Selon un sondage Gallup, l'intérêt du public québécois pour une chaîne musicale est plus élevé que dans toutes les autres régions du pays.

Les distributeurs, producteurs, auteurs, compositeurs et interprètes reconnaissent qu'une chaîne musicale vidéo est essentielle à la revitalisation de l'industrie.

*c) Les solutions-objectifs*

Création d'une chaîne musicale 24h sur 24 au Québec à 0,10\$ par mois, par abonné avec recours à la publicité.

Avec ce nouveau choix, les Québécois vont moins regarder la télévision anglaise et américaine.

Le vidéoclip va être un outil de promotion très important pour l'industrie du disque.



*c) Nature des rapports*

MTVQ est un nouveau joueur dans la radiodiffusion.

Impact presque nul de MTVQ sur les revenus publicitaires des chaînes conventionnelles.

Les services spécialisés francophones doivent avoir priorité sur les services anglophones.

Selon Nordicity, 82% des abonnés prêts à accepter une hausse de 3\$ par mois.

*d) Augmentation des ressources*

La création de MTVQ favorise la diffusion du disque québécois.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

Renforcement de l'industrie québécoise de la musique populaire.

**INTERROGATIONS DU CRTC**

Les commissaires ont cherché à comprendre les relations entre les actionnaires Novacap et Gilles Chartrand pour savoir qui contrôlait effectivement MTVQ.

Ils ont fortement critiqué les responsables de MTVQ pour n'avoir pu évaluer avec plus de précision l'impact de leur chaîne sur les auditoires des chaînes conventionnelles.

-----

## MUSIQUEPLUS<sup>93</sup>

### *LES VALEURS*

#### *a) Les problèmes*

Le marché québécois est trop restreint pour permettre la création de chaînes spécialisées avec abonnement libre.

Les problèmes de la télévision québécoise ont été soulignés par le comité conjoint fédéral-provincial et par le groupe Caplan-Sauvageau.

Le service national MuchMusic ne peut être viable et rentable sans une présence forte au Québec.

#### *b) Les besoins*

Le Québec a besoin de services spécialisés répondant à sa spécificité culturelle.

L'industrie musicale québécoise et la musique vocale française ont un urgent besoin de stimulants promotionnels comme une chaîne de vidéoclips.

Les adolescents et les jeunes adultes recherchent un style télévisuel auquel les chaînes conventionnelles ne répondent pas présentement.

#### *c) Les solutions-objectifs*

Création de MusiquePlus, une chaîne musicale faisant place à tous les genres musicaux, à 0,10\$ par mois, par abonné en plus de la publicité.

L'union de deux entreprises CHUM et RadioMutuelle favorise le rapprochement et l'enrichissement des deux grandes communautés linguistiques au Canada.

**LES PRINCIPES D'ACTION***a) Les zones d'incertitude*

Il faut un million d'abonnés à une chaîne spécialisée au Québec pour être viable. Le CRTC doit accepter d'attribuer une licence sur le service de base du câble.

*b) Les capacités*

Union de **CHUM Limited** propriétaire de MuchMusic, la chaîne anglaise de vidéoclips, et de **RADIOMUTUELLE** qui possède une chaîne de radios privées à la grandeur du Québec. Convention 50-50 entre les deux compagnies actionnaires. Tout doit être unanime. S'il y a mésentente, recours aux procédures d'arbitrage du code civil.

Financement: 3 711 000\$ soit

1 700 000\$ (d'actions à 50/50 Radiomutuelle-CHUM)  
 961 000\$ (d'avances de Radiomutuelle)  
 1 050 000\$ (d'avances de CHUM)

Revenus (an 1) 4 940 000\$ soit

1 440 000\$ (1 200 000 abonnés X0,10\$ X12)+++++  
 3 500 000\$ (publicité: 8 min. à l'heure)

Programmation (an 1): 2 657 000\$ comprenant notamment

- 2 607 000\$ de productions canadiennes.
- 50 000\$ de productions étrangères.
- 8 h de programmation originale quotidienne répétée 2 fois.
- 25% de clips francophones (35% à l'an 3)
- 2,4% des revenus bruts (et pas moins de 100 000\$) consacré au financement de vidéoclips francophones.
- Création de centres régionaux de correspondants dans les grands centres du Québec.
- 60% de contenu canadien.

---

+++++ Le montant des abonnements est estimé par l'auteur à partir des chiffres fournis par l'entreprise en audience.

*c) Nature des rapports*

Appui de 36 câblodistributeurs du Québec représentant 1 200 000 abonnés.

Le CRTC doit obliger les câblodistributeurs à distribuer le service de MusiquePlus.

Les services francophones doivent avoir priorité sur les services anglophones.

Une chaîne spécialisée doit être distribuée sur le même canal dans tout le Québec.

L'augmentation mensuelle pour l'abonné ne doit pas dépasser 1\$ à 2\$ par mois pour l'ensemble des chaînes spécialisées.

*d) Augmentation des ressources*

Tout en augmentant les choix offerts au public, on crée 25 nouveaux emplois.

Il va y avoir augmentation marquée de vidéos de langue française. On a d'ailleurs pu observer une telle augmentation avec le service restreint offert jusqu'ici par MuchMusic.

**RÉSULTATS PRÉVUS PAR L'ACTEUR**

La création de MusiquePlus va favoriser l'expansion de l'industrie québécoise de la musique et de la chanson.

**INTERROGATIONS DU CRTC**

Les commissaires ont fortement insisté pour que tous les chiffres mentionnés soient traduits en engagements précis et qui devraient être respectés.

Les commissaires ont par ailleurs semblé très bien accueillir la présentation de MusiquePlus.

-----

### **Les intervenants**

Pour ne pas alourdir indûment la lecture des données, on ne retrouvera ici que les positions de l'Association des câblodistributeurs et de la SETTE à titre d'exemples. Bien que les intervenants ne soient pas tous présentés ici, nous avons tenu compte de leurs positions au même titre que celles du CRTC et des organisations télévisuelles présentant un projet. Ces intervenants s'étant prononcés sur la télévision québécoise sont les suivants:

- Téléfilm Canada
- Radio-Québec
- TVA
- L'Association québécoise des distributeurs de films et de vidéos
- Association of Canadian Advertisers
- Children's Broadcast Institute
- l'Office National du Film
- Canadian Association of Broadcasters
- Radio-Futura ltée

Un certain nombre des organismes mentionnés ici ont fait leur présentation uniquement en anglais mais en se prononçant aussi bien sur la situation de la télévision québécoise que canadienne. C'est ce qui explique que nous avons intégré leurs interventions à la présente étude.

**L'ACQ et la SETTE<sup>§§§§§§§§</sup> et<sup>94</sup>*****LES VALEURS****a) Les problèmes*

Le marché québécois est très restreint. Un minimum d'1 million d'abonnés est nécessaire pour faire vivre une chaîne spécialisée.

Le service du câble est plus cher au Québec que dans le reste du Canada d'environ 3\$ par mois.

*b) Les besoins*

Les abonnés souhaitent obtenir des services de qualité au moyen du câble au plus bas coût possible.

*c) La solution-objectif*

Offrir aux abonnés des chaînes spécialisées à prix raisonnable mais avec frais imputables et recours à la publicité.

***LES PRINCIPES D'ACTION****a) Les zones d'incertitude*

Il ne faut pas que le CRTC accepte les projets de chaînes spécialisées obligatoires demandant un prix mensuel dépassant 0,27\$ par mois. Le risque de «désabonnement» est alors très élevé.

---

§§§§§§§§ ACQ: Association des câblodistributeurs du Québec.  
SETTE: Société d'édition et de transcodage T.E Ltée.

*b) Les capacités*

L'ACQ représente les câblodistributeurs du Québec avec 97% de tous les abonnés (1 216 320) et la SETTE est la propriété des compagnies québécoises de câble offrant divers services techniques comme le transcodage et le transport de signaux. Les deux organismes ont des C.A. séparés.

Les positions conjointes des deux organismes se sont faites à partir de consultations avec tous leurs membres un peu partout au Québec.

*c) Nature des rapports*

Les deux organismes appuient les entreprises suivantes: TV5, TVSQ, TVJQ et, indifféremment MusiquePlus ou MTVQ. Dans ce dernier cas, on ne peut accepter qu'un seul des deux projets. Les services doivent être optionnels. C'est au câblodistributeur de décider s'ils seront ou non distribués.

On ne peut accepter les projets de RDS, Télé-Canada et Canal Famille, car les frais demandés sont trop élevés.

*d) Augmentation des ressources*

Il faut offrir aux abonnés un ensemble de services ne dépassant pas 1\$ par mois. Les câblodistributeurs devraient pouvoir percevoir des frais en dehors des frais imputables, l'introduction de nouvelles chaînes entraînant des déboursés supplémentaires pour eux.

**INTERROGATIONS DU CRTC**

Y avait-il des recherches pour appuyer ce que les câblodistributeurs affirmaient à propos de la capacité de payer des abonnés québécois?

La câblodistribution est très concentrée au Québec. À partir du moment où les plus importants câblodistributeurs refusent de distribuer un service, plus personne n'y a accès. Au Canada anglais il y a moins de concentration. Ne faudrait-il pas rendre les chaînes spécialisées obligatoires au Québec?

-----

---

## RÉFÉRENCES

1. André Bureau in CRTC, Transcription des audiences tenues à Hull du 10 juillet au 13 août 1987, *op. cit.*, p. 4723-4724.
2. Audience publique, *ibid.*, p. 6.
3. Marc Raboy, *Accès inégal, les canaux d'influence en radiodiffusion*, Sillery (Québec), Presses de l'Université du Québec, Dépôt légal, Bibliothèque Nationale du Québec, 1995, p. 23-27.
4. Ministère des Communications du Canada et Ministère des Communications du Québec, *L'avenir de la télévision francophone*, Ottawa et Québec, rapport du comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone, mai 1985, p. 96.
5. Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 242.
6. Marc Raboy, *op. cit.*, p. 18.
7. Avis public CRTC 1983-93, Ottawa, le 4 mai 1983, p. 3.
8. Avis public, *ibid.*, p. 1-2.
9. Avis public, *ibid.*, p. 10.
10. Jean-Marc Veilleux, *Le développement des canaux spécialisés au Québec: une évaluation économique*, Québec, Gouvernement du Québec, Ministère des Communications, direction générale du développement, p. 3-4.
11. Jean-Marc Veilleux, *ibid.*, p. 1.
12. Nordicity Group Ltd, *Impact Assessment of Cable Carriage of New and Existing Canadian Specialty TV Programming Services*. Recherche exécutée pour le CRTC, rapport final, 20 juin 1987, p. 54. On peut consulter un exemplaire de cette recherche au Bureau régional du CRTC à Montréal.
13. Marc Raboy, « Accès inégal... », *op. cit.* p. 86.
14. CRTC, « Un plus grand choix d'émissions... », *op. cit.* p. 2.
15. Avis public CRTC 1986-27, Ottawa, le 13 février 1986 et Avis public CRTC 1986-182, Ottawa, le 1<sup>er</sup> août 1986.
16. Décision CRTC 86-213, Ottawa, le 13 mars 1986.
17. Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 241.
18. Décision CRTC 86-215, Ottawa, le 13 mars 1986.
19. Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.* p. 241.
20. Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *ibid.*, p. 241-242.

- 
21. Extrait mentionné in Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *ibid.*, p. 242.
  22. *Avis public CRTC 1987-121*, Ottawa, le 4 mai 1987.
  23. *Décision CRTC 86-367*, Ottawa, le 18 avril 1986.
  24. *Décision CRTC 87-62*, Ottawa, le 27 janvier 1987.
  25. André Bureau, in *Audience publique, op. cit.*, p. 8.
  26. André Bureau, *ibid.*, p. 8
  27. André Bureau, *ibid.*, p. 4721.
  28. André Bureau, *ibid.*, p. 836-837.
  29. André Bureau, *ibid.*, p. 838.
  30. Rhéal Therrien, *ibid.*, p. 3214.
  31. André Bureau, *ibid.*, p. 6.
  32. André Bureau, *ibid.*, p. 4723-4734.
  33. André Bureau, *ibid.*, p. 5
  34. Nordiciy Group, *op. cit.*
  35. Angus Reid Inc., *The Cable TV Policy Study: Canadian Public Opinion Regarding Issues Associated with Cable Television Policy. A Summary Review of the Results Emerging from a National Survey for CRTC*, Juin 1987. On peut consulter un exemplaire de cette recherche au Bureau régional du CRTC à Montréal.
  36. André Bureau, in *Audience publique, op. cit.*, p. 4722. Traduction de l'auteur.
  37. André Bureau, *ibid.*, p. 4725. Traduction de l'auteur
  38. André Bureau, *ibid.*, p. 8.
  39. *Audience publique, ibid.*, p. 2967-2971.
  40. André Bureau, *ibid.*, p. 4721.
  41. André Bureau, *ibid.*, p. 4720.
  42. André Bureau, *ibid.*, p. 9-12.
  43. André Bureau, *ibid.*, p. 4718-4719.
  44. André Bureau, *ibid.*, p. 2-3.
  45. André Bureau, *ibid.*, p. 5.

- 
46. André Bureau, *ibid.*, p. 387. Traduction de l'auteur.
  47. Nordiciy, *op. cit.*, tableau 8-1, p. 103.
  48. CRTC, « Un plus grand choix... », *op. cit.*, p. 227-253.
  49. CRTC, *ibid.*, p. 13.
  50. CRTC, *ibid.*, p. 56.
  51. CRTC, *ibid.*, p. 55.
  52. CRTC, *ibid.*, p. 62-63.
  53. Pierre Béland, président de Télémedia dans la demande de RDS, in Audience publique, *op. cit.*, p. 1257.
  54. Liette Champagne, vice-présidente de Télémedia dans la demande de RDS, in Audience publique, *op. cit.*, p. 3861.
  55. Harold Greenberg, président d'Astral Bellebue Pathé pour la demande de Canal Famille, in Audience publique, *ibid.*, p. 3838.
  56. André Chagnon, président de Vidéotron, in Audience publique, *ibid.*, p. 907.
  57. CRTC, « Un plus grand choix... », *op. cit.*, p. 67.
  58. CRTC, *ibid.*, p. 72.
  59. CRTC, *ibid.*, décision 87-906, p. 273.
  60. CRTC, *ibid.*, décision 87-904, p. 230.
  61. Marc Legros, Analyse des avis de décision du Conseil... *op. cit.*
  62. André Bureau, in Audience publique, *op. cit.* p. 2282.
  63. Normand Beauchamp, président de MusiquePlus, in Audience publique, *ibid.*, p. 1761-1762.
  64. Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 377-385.
  65. François Macerola de l'ONF était alors le principal responsable du projet TV-Canada/Télé-Canada, in Audience publique, *op. cit.*, p. 334.
  66. André Chagnon, in Audience publique, *op. cit.*, p. 862.
  67. André Chagnon, in Audience publique, *ibid.*, p. 956. Traduction de l'auteur. Monsieur Chagnon a répondu en anglais au commissaire Robson.
  68. André Champagne, in Audience publique, *ibid.*, p. 1428-1429.
  69. Pierre Béland, Président de Télémedia Québec, in Audience publique, *ibid.*, p. 1305-1306.

- 
70. Hubert Stéphenne, directeur général de l'ACQ et de la SETTE, in Audience publique, *ibid.*, p. 4153.
71. Lacroix et Tremblay, *op. cit.*, p. 12
72. Lacroix et Tremblay, *ibid.*, p. 1.
73. Les tarifs des câblodistributeurs québécois étaient, au moment de la tenue de cette audience, 20% supérieurs à ceux des câblodistributeurs anglophones. In Nordiciy, *op. cit.*, p. 113.
74. Rapport fédéral-provincial « L'avenir de la télévision francophone... » *op. cit.*
75. Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 377-378.
76. Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *ibid.*, p. 517.
77. Angus Reid, *op. cit.*, Tableau 55.
78. Il s'agit ici des cotes d'écoute moyennes que la chaîne éducative québécoise a obtenues ces dernières années. On peut en faire une estimation d'après les données fournies dans les articles suivants:
- Paule Des Rivières, « La SRC en tête aux BBM », *Le Devoir*, Montréal, le 5 janvier 1996, p. B 9
  - Agnès Gruda, « Télé-Québec: le réseau du terroir » *La Presse*, Montréal, le 29 juin 1995, p. B 2.
  - Paule Des Rivières, « Le prix de la cote », *Le Devoir*, Montréal, les 19 et 20 février 1994, p. C 2.
  - Louise Cousineau, « TM redevient No 1, RC augmente son auditoire mais TQS a mal à ses Croque et Radio-Québec en arrache », *La Presse*, Montréal, le 21 décembre 1993, p. B 4.
  - Louise Cousineau, « On broie du noir à Radio-Québec » *La Presse*, Montréal, le 8 décembre 1993, p. E 1.
  - Claude Masson, « Les 25 ans de Radio-Québec » *La Presse*, Montréal, le 28 décembre 1993, p. B 2.
- Voir également Info Presse Communications, *op. cit.*, p. 19.
79. David Bond, président de la Canadian Association of Broadcasters, in Audience publique, *op. cit.*, p. 4732.
80. Marc Raboy, « Accès inégal... », *op. cit.*, p. 85-86.
81. Marc Raboy, *ibid.*, p. 85.
82. Marc Raboy, *ibid.*
83. Audience publique, *op. cit.*, p. 214-531 et p. 6830-6888.
84. Audience publique, *ibid.*, p. 2245-2418 et p. 6668-6690.
85. André Bureau, *ibid.*, p. 2399.
86. Audience publique, *ibid.*, p. 214-531 et p. 6830-6888.
87. Audience publique, *ibid.*, p. 807-974 et p. 3819-3829.
88. Audience publique, *ibid.*, p. 984-1116 et p. 6796-6798.
89. Audience publique, *ibid.*, pp. 1404-1557 et p. 6729-6739.

- 
90. Audience publique, *ibid.*, p. 1232-1399 et p. 6740-6751.
91. Audience publique, *ibid.*, p. 3683-3763 et p. 6501-6505
92. Audience publique, *ibid.*, p. 1562-1738 et p. 3869-3870.
93. Audience publique, *ibid.*, p. 1743-1889 et p. 6702-6708.
94. Audience publique, *ibid.*, p. 4138-4231.

***Conclusion***

***Une histoire  
bien canadienne***

---

---

**E**n deux ans à peine, de 1986 à 1988, le Québec se voyait doté d'une chaîne généraliste supplémentaire et de cinq chaînes spécialisées. D'autres chaînes spécialisées étaient également appelées à voir le jour, puisque, à l'audience de 1987, le CRTC avait obligé Radio-Canada à entreprendre une étude de faisabilité d'une chaîne d'informations continues en français.

Là aussi, le CRTC allait avoir l'occasion, une fois de plus, de «développer» son plan d'ensemble canadien. Lors d'une audience tenue dans la région de la capitale nationale en juin 1989, la Société a présenté un projet d'une chaîne d'informations continues en français qui a été refusé par le CRTC<sup>1</sup>. Sans refaire cette fois l'étude des échanges dans cette audience, il est intéressant de se pencher sur les motifs avancés par la régie pour refuser la demande de la Société<sup>\*\*</sup>.

« D'après la demande, les émissions originales (*de cette chaîne d'informations continues en français*) compteraient pour au moins 25 heures 30 minutes par semaine (environ 22 % de la grille-horaire).

(...)

le Conseil ne croit pas que le service proposé puisse être, comme l'a soutenu la requérante lors de l'audience, "le volet francophone au service anglais" qui a été autorisé par le Conseil en 1987 et encore moins "un équivalent français à Newsworld". Le Conseil fait remarquer par contre qu'environ la moitié des 168 heures par semaine de l'horaire de Newsworld consiste en des émissions originales.<sup>2</sup>»

---

<sup>\*\*</sup> Le souligné est de l'auteur.

Pour évaluer la pertinence d'un projet résultant de ses propres exigences, le CRTC a tout simplement comparé ce qui lui était présenté à *Newsworld*. Ainsi, en ce qui a trait aux émissions originales devant être créées par ce nouveau service d'informations continues de Radio-Canada, la régie ne pouvait tolérer que les proportions ne fussent pas les mêmes en français qu'en anglais. D'ailleurs, pour évaluer le financement du projet en question, la régie allait, encore une fois, comparer les intentions de la Société à ce que *Newsworld* faisait déjà en anglais<sup>††</sup>.

«Or, lors de l'audience, la Société a admis que "le service français [n'aurait] pas les moyens nécessaires pour redonner à cette programmation régulière un caractère totalement original", contrairement au service anglais qui peut se permettre de refaire le montage de toutes les émissions régionales utilisées.

Selon les coûts de production projetés pour les émissions originales, il est peu probable que le service proposé aurait contribué à rehausser la qualité générale de l'information télévisée de langue française. De plus, le Conseil constate que la requérante prévoyait consacrer aux dépenses en programmation canadienne une moyenne de 31 % de ses revenus pour les trois premières années, alors que pour une même période son service continu d'information en langue anglaise y consacre 58 %<sup>3</sup>. »

La décision était très claire: un projet de nouvelles continues non équivalent à *Newsworld* n'était tout simplement pas acceptable même si la régie, dans le préambule à sa décision, déclarait que sa démarche tenait compte des ...

«...caractéristiques, des besoins en matière de programmation et des exigences de marketing bien distincts des marchés francophones et anglophones<sup>4</sup>.»

Une question se pose alors: le CRTC comprend-il la télévision québécoise?

---

<sup>††</sup> Le souligné est de l'auteur.

## **Le CRTC comprend-il la télévision québécoise?**

Pendant que le CRTC, toujours soucieux de mettre à exécution son «plan d'ensemble canadien», faisait des pieds et des mains pour doter la télévision canadienne d'expression française d'un service qui se devait d'être forcément équivalent à celui que la Société avait mis au point en anglais, la situation se dégradait très sérieusement pour les chaînes généralistes québécoises. À l'été 1990, Marcel Masse, alors ministre des communications, commandait officiellement une étude sur la situation financière de plus en plus incertaine de la télévision québécoise et canadienne.

L'étude Girard-Peters, publiée en 1991, expliquait les difficultés de la télévision québécoise par les problèmes suivants:

- L'introduction d'un troisième chaîne de télévision de langue française au Québec.
- L'augmentation de la publicité à Radio-Canada de 8 minutes à 12 minutes l'heure soit le maximum admis par les règlements du CRTC.
- L'augmentation des frais d'émissions.
- L'introduction de cinq services spécialisés de langue française au volet de base du câble.
- L'introduction de six minutes de publicité par heure à Radio-Québec<sup>5</sup>.

Toutes ces questions, comme on a pu le voir dans les chapitres précédents, avaient été traitées en profondeur dans deux audiences publiques et la régie fédérale y avait donné suite de la façon suivante:

- elle avait favorisé la création d'une troisième chaîne de télévision au Québec, estimant que le marché était capable d'absorber une organisation télévisuelle supplémentaire.
- La régie n'avait pas retenu l'objection de la Société Radio-Canada qui, à cause de sa participation de plus en plus importante aux revenus publicitaires, s'était objectée à la création de Quatre-Saisons,

- La régie n'a absolument pas réagi aux affirmations de Radio-Canada et Télé-Métropole qui avaient insisté sur les goûts changeants du public souhaitant de plus en plus des émissions à budget élevé.
- La régie, malgré les avis contraires des annonceurs, des câblodistributeurs et des chaînes généralistes a pris fait et cause pour la création de cinq chaînes spécialisées québécoises, ce qui, selon elle, représentait une urgence qu'elle n'a d'ailleurs jamais démontrée.
- La régie a accepté la demande de Radio-Québec de diffuser de la publicité en estimant que cela n'affecterait pas les activités des autres chaînes.

Suite à la publication de l'étude Girard-Peters émettant de très sérieuses réserves sur l'augmentation des chaînes au Québec, la régie aurait peut-être pu rectifier son tir. Devant ces données illustrant les difficultés financières des chaînes généralistes québécoises à cette époque, la régie fédérale a tout simplement continué dans sa grande marche en avant sur l'augmentation des chaînes au Québec. À l'audience de février 1994, en plus d'attribuer une licence au Canal D, le CRTC acceptait la demande de Radio-Canada de créer RDI, une chaîne d'informations continues 24 heures sur 24. Logique avec elle-même, la régie a reconnu que ce projet était supérieur au précédent et, surtout, qu'il s'agissait du seul projet «comparable à celui de Newsworld»<sup>6</sup>. Dans sa décision, la régie expliquait que la licence devait expirer le 31 août 1999 de façon à permettre ...

« au Conseil d'étudier le renouvellement de la licence en même temps que celle du service équivalent de langue anglaise (Newsworld) présentement exploité par la SRC.<sup>7</sup> »

La régie avait finalement obtenu de Radio-Canada ce qu'elle avait souhaité dès l'audience de 1987: l'équivalence la plus grande possible entre l'offre québécoise et l'offre canadienne. N'était-ce pas ce même désir d'équivalence qui l'avait d'ailleurs poussée à accepter la création de Quatre-Saisons puisque, selon elle, le Québec était moins bien servi que le reste du Canada? Selon de tels critères d'équivalence, elle avait également favorisé la création de chaînes spécialisées lesquelles, à toutes fins utiles, avaient été presque imposées au système télévisuel québécois. Il devenait donc

indispensable que Radio-Canada, en matière d'informations continues, offre au Québec ce qu'elle offrait déjà au reste du Canada.

## **Un mécanisme en deux temps**

Les données accumulées dans deux audiences cruciales pour la télévision québécoise, de même que les décisions toutes récentes observées au moment de rédiger notre étude, mettent à jour, selon nous, un mécanisme de développement de la télévision québécoise en deux temps. Dans un premier temps, la régie fédérale a estimé que le mal venait du sud. Il fallait donc réagir rapidement sinon les Canadiens perdraient leur autonomie télévisuelle. Il y avait « urgence » et il fallait alors favoriser rapidement la création du plus grand nombre possible de services équivalents au Canada. Le « danger » étant écarté, il fallait, dans un deuxième temps, s'occuper de la « francophonie canadienne » alors désavantagée par rapport au reste du Canada. Pour évaluer les besoins du Canada français, on a comparé la situation d'alors avec ce qui se faisait déjà au Canada anglais. Le développement de la télévision québécoise a donc été autorisé à partir de critères « canadiens ».

On retrouve d'ailleurs une telle orientation dans l'arrivée prochaine de quatre nouvelles chaînes spécialisées au Québec. Encore une fois, selon la régie, il « fallait » passer à l'action car le système était menacé.

«...l'intégrité du système, en particulier de ses éléments qui permettent aux entreprises et aux particuliers au Canada de financer, de produire et de distribuer une programmation typiquement canadienne, est menacée par la présence d'un marché gris offrant sans autorisation, au Canada, les services de distributeurs étrangers par SRD<sup>††</sup>.

---

†† SRD: système de radiodiffusion directe par satellite.

Afin d'assurer une solide présence canadienne dans un contexte qui évolue rapidement sur la voie d'une capacité et d'un choix accrus de canaux, le Conseil a décidé d'autoriser le plus grand nombre possible de services de programmation canadiens attrayants dans des créneaux spécifiques, pourvu qu'ils respectent les critères d'attribution de licences du conseil et s'engagent à apporter des niveaux appropriés de contribution à la programmation canadienne »<sup>8</sup>.

Cette menace du «marché gris», notamment en ce qui a trait au Québec, n'a évidemment pas été démontrée. Face à ce nouveau «danger», la régie n'y est pas allée de main morte: 17 services spécialisés en langue anglaise ont été autorisés. Les «particularités» du Québec ont été évidemment respectées, nous dit-on, dans la décision : quatre chaînes ont été autorisées, chaînes devant être distribuées selon un double statut modifié<sup>88</sup>. Si la régie a accepté qu'il y ait moins de nouvelles chaînes au Québec, c'est tout simplement parce que le marché est plus restreint. Naturellement, une telle augmentation de chaînes au Québec servait à...

«...limiter la migration des auditoires francophones vers les services de langue anglaise en créant d'autres services de programmation de langue française attrayants<sup>9</sup>.»

On le constate, le développement récent de la télévision québécoise s'explique d'abord et avant tout par les interventions du CRTC, l'appareil bureaucratique canadien chargé de voir à l'application des lois de 1968 et de 1991. Selon une tradition bien canadienne, ce dernier a favorisé cette expansion à partir d'une logique fortement teintée par la menace américaine. Le développement de la télévision au Québec, qu'on le veuille ou non, c'est, d'abord et avant tout, une histoire bien canadienne.

---

<sup>88</sup> Le service doit être distribué sur un volet facultatif mais facilement accessible aux abonnés.

Telle est donc la direction observée dans les événements reliés à l'augmentation récente des chaînes de télévision au Québec. Aussi devient-il intéressant, à cette dernière étape de notre étude, de tirer les conclusions des données accumulées jusqu'ici.

## **Une dynamique canadienne**

Nous nous sommes lancés dans cette étude essentiellement pour obtenir une explication à l'augmentation aussi rapide que récente des chaînes de télévision au Québec. Nous l'avons constaté à maintes reprises: on ne peut comprendre un tel développement que si l'on tient compte du développement canadien des communications.

Les grands pays industrialisés ont favorisé la multiplication des chaînes à cause du déterminisme technique propre à la télévision, avons-nous reconnu en amorçant cette étude. Mais nous avons également souligné à quel point la dynamique canadienne a lourdement influencé l'augmentation des chaînes au Québec. Au Canada, l'augmentation des chaînes représentait l'outil de choix pour contrer le vieil ennemi médiatique américain. Mais, et c'est un « mais » particulièrement important, le CRTC l'a fait selon sa logique d'appareil bureaucratique canadien.

«...les bureaucrates fédéraux travaillent dans un monde désincarné (*“formal world”*) très loin d'une base qui, à leurs yeux, demeure très vague. Ils ne voient que le plan d'ensemble, l'image globale et l'intérêt national. Ils fonctionnent à partir de notions théoriques comme les critères nationaux, l'égalité régionale, la distribution équitable des ressources. Ils tolèrent difficilement les régionalismes (*“they are impatient with regionalism”*). Pourtant le régionalisme et l'identification locale sont des faits importants de la vie sociale, politique, économique du Canada. En fait, la plupart des problèmes des agences régulatrices reposent justement sur leurs difficultés à établir un équilibre de priorités entre politiques régionales et nationales.<sup>10</sup>»

Lorsqu'on lit le rapport Caplan-Sauvageau, le rapport du comité conjoint Québec-Ottawa et l'étude Girard-Peters, lorsqu'on se penche sur les positions des câblodistributeurs québécois à l'audience de 1987, sur les idées émises par des organisations télévisuelles comme Radio-Canada et Télé-Métropole aux audiences de 1985 et 1987, on se rend compte que tous ont insisté sur les différences particulièrement importantes entre les télévisions québécoise et canadienne. Le CRTC a reconnu à plusieurs reprises de telles différences mais, selon nous, il n'a pas *démontré* comment il pouvait les traiter. Il a plutôt considéré la problématique télévisuelle québécoise selon ses valeurs, sa logique et ses intérêts d'appareil régulateur canadien, tout en mettant de l'avant ses critères canadiens.

Telle est notre observation principale dans cette recherche et cela nous permet maintenant d'émettre certaines constatations et réflexions sur la situation observée jusqu'à maintenant.

### **Le CRTC a dominé le développement de la télévision québécoise**

Pourquoi autant de chaînes de télévision au Québec? nous sommes-nous demandés au tout début de cette recherche. Certains ont expliqué une telle augmentation par l'importance croissante des entreprises télévisuelles privées que les autorités ont laissé se développer compte tenu de conditions géographiques et économiques propres au Canada. On a également avancé que le CRTC n'était que fort peu intervenu en laissant les radiodiffuseurs interpréter la loi selon leurs intérêts et leurs priorités. De telles explications ont même favorisé l'affirmation de l'existence d'un courant néo-

libéral de plus en plus important au Canada qui aurait pu influencer les autorités fédérales à laisser les forces du marché se développer par elles-mêmes.

D'autres ont souligné l'importance croissante des câblodistributeurs dans la télévision québécoise. Désormais plus riches et plus puissants que les radiodiffuseurs, les câblodistributeurs, favorables à l'augmentation des chaînes, en seraient venus à dominer totalement l'offre télévisuelle québécoise, de façon à former une nouvelle dynastie imposant ainsi ses règles de fonctionnement et d'expansion.

On a également affirmé que les autorités fédérales n'avaient pas compris la télévision québécoise et que la multiplication des chaînes représentait une solution appropriée au Canada anglais, mais impraticable pour le Québec puisque les Québécois n'étaient pas attirés autant que les Canadiens par la télévision américaine. Enfin, certains ont affirmé, au contraire, que le CRTC avait été bien avisé de favoriser la multiplication des chaînes au Québec, puisque cela avait fait cesser les transferts linguistiques de plus en plus importants à la télévision québécoise.

Devant un tel foisonnement d'explications plus ou moins contradictoires, il devenait indispensable de mettre au point une approche permettant une réponse satisfaisante à une telle question. Nous nous sommes inspirés du courant néo-fonctionnaliste en sociologie des organisations. Le sociologue Dominique Wolton avait déjà avancé une explication intéressante à cette augmentation des chaînes observable dans la plupart des grands pays industrialisés: le déterminisme technique de la télévision. Les capacités technologiques de la télévision étant augmentées, on a attribué au contenu télévisuel les mêmes propriétés d'expansion. On a souhaité multiplier les contenus comme

on avait pu multiplier les capacités technologiques du médium télévision. Le comité Clyne, le rapport Applebaum-Hébert et le Ministère des Communications ont d'ailleurs favorisé cette expansion « technique » de la télévision joutée à une augmentation équivalente des contenus.

Mais, une telle explication, tout en étant fondée, ne nous apportait aucun éclaircissement sur la dimension québécoise de cette augmentation des chaînes. Pourquoi des organisations de l'envergure de Radio-Canada, Télé-Métropole et CFCF s'étaient-elles lancées dans une telle opération? Au nom de quels principes le CRTC, une agence régulatoire dotée de pouvoirs très précis, avait-il pu accepter une telle expansion? Était-il resté neutre devant un tel phénomène? Avait-il pris des initiatives et, si oui, lesquelles? Quels avaient été les rapports entre le CRTC, les organisations télévisuelles et les différents corps constitués s'étant prononcés sur cette question?

Nous avons donc développé un modèle d'analyse des données à partir d'un cadre défini par Michel Crozier et Erhard Friedberg: l'acteur et le système. Nous avons voulu mettre à jour, dans cette approche de type hypothético-inductif, la dynamique entre le système audio-visuel québécois et les acteurs d'un tel système. Certes, une telle approche comporte des limites importantes notamment en ce qu'elle ne favorise pas la vérification d'une hypothèse englobante permettant d'obtenir une explication fondamentale de la réalité observée. Mais, compte tenu de la proximité de la réalité observée et de notre désir de comprendre le développement organisationnel de la télévision, cette approche nous est apparue comme étant la plus susceptible de répondre à la question de départ.

Nous avons considéré le système québécois comme étant une unité complète devant être étudiée par elle-même même si les lois et l'autorité suprême en matière de télévision au Québec sont canadiens. Nous avons procédé en trois temps: dans un premier temps, nous avons procédé à une étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise en privilégiant une approche historique car il a été reproché, à juste titre, au courant fonctionnaliste son ignorance de la réalité historique pourtant très importante dans le développement des institutions. Par la suite, à l'aide des grilles mises au point à partir d'outils conceptuels développés par des chercheurs de la réalité organisationnelle, nous avons observé et analysé deux audiences particulièrement importantes: l'audience qui s'est terminée par la création de Quatre-Saisons, la troisième chaîne privée de langue française au Québec, et l'audience qui a eu pour conséquence de favoriser la création de cinq chaînes spécialisées au Québec.

L'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise nous a permis de comprendre à quel point les autorités canadiennes ont toujours été obnubilées par la lutte contre la puissance de radiodiffusion des Américains. Nous avons également reconnu qu'une telle lutte, du moins dans les années 40 à 80, a été, en ce qui a trait au Québec, largement inutile puisque les Québécois n'ont pas eu les mêmes comportements que leurs concitoyens canadiens à cet égard. D'ailleurs, au milieu des années 80, on a commencé à reconnaître cette réalité double au Canada: deux télévisions pour deux communautés linguistiques et culturelles n'obéissant pas aux mêmes valeurs et n'ayant pas les mêmes goûts.

À partir du début des années 70, le CRTC a joué un rôle de plus en plus important dans le développement de la télévision canadienne. Nous avons souligné à quel point son caractère d'appareil bureaucratique canadien pouvait lui nuire lorsqu'il avait à rendre des décisions reliées au développement de la télévision québécoise. Ce qui était une constatation reposant sur des comparaisons effectuées sur un certain nombre d'agences régulatrices canadiennes, selon nous, s'est trouvée très largement vérifiée dans notre propre recherche. Que ce soit pour la création de Quatre-Saisons ou des chaînes spécialisées, le CRTC, bien qu'il ait à plusieurs reprises reconnu les différences entre la télévision québécoise et canadienne, a rendu ses décisions essentiellement à partir de critères canadiens. Il fallait une chaîne généraliste supplémentaire au Québec, tout simplement parce qu'il y en avait davantage au Canada anglais et il fallait des chaînes spécialisées au Québec parce que ce type de télévision devait exister au Canada anglais. S'il y a eu amélioration dans la conduite du CRTC à cet égard, c'est que, désormais, lorsqu'il rend une décision reliée au Canada anglais, il essaie de faire de même pour le Québec. D'autre part, au CRTC, on fait peu de références à la télévision québécoise, une telle réalité ne pouvant être traitée à partir de ses critères canadiens. On fera plutôt allusion à une télévision canadienne d'expression française, ou encore à une télévision française dans l'Est du Canada. Pourtant, la télévision de masse de langue française, en dehors du Québec, est réduite à sa plus simple expression.

S'il y a eu augmentation radicale du nombre de chaînes privées au Québec, ce n'est pas tant parce que l'entreprise privée est plus forte ou encore que les autorités canadiennes favorisent un courant néo-libéral. Bien au contraire! L'appareil bureaucratique canadien qu'est le CRTC est intervenu avec force et constance dans ce domaine, et cela a eu pour conséquence de faire augmenter de

façon radicale le nombre d'organisations télévisuelles au Québec. Ces organisations télévisuelles privées ont dû se soumettre au plan d'ensemble canadien du CRTC. On peut évidemment avancer qu'un certain nombre d'entre elles y ont trouvé leur profit. On pense notamment aux chaînes spécialisées qui ont vu le jour dans des conditions à peu près idéales puisqu'elles se sont retrouvées avec un abonnement presque obligatoire de plus d'un million d'abonnés SANS AVOIR DE PUBLIC NÉCESSAIREMENT ATTIRÉ PAR LEUR PROGRAMMATION. Non seulement, l'abonnement était-il, à toutes fins utiles obligatoire, mais ce dernier représentait, notamment pour RDS, Canal Famille, RDI et Canal D, leur principale source de revenus. Il est même ironique de constater que RDI a pu profiter, dès sa naissance, de ce que Radio-Canada n'a jamais réussi à obtenir: un financement garanti cinq ans à l'avance.\*\*\*

De la même façon, les câblodistributeurs ont subi plus qu'autre chose le développement récent de la télévision au Québec. Nous avons trop vu à quel point l'implantation des chaînes spécialisées s'est

---

\*\*\* Les représentants de Radio-Canada doivent revenir à chaque année devant le Parlement pour obtenir les crédits nécessaires au fonctionnement de la Société. Nous avons vu dans l'étude du cadre institutionnel de la télévision québécoise au chapitre 4 que le gouvernement Diefenbaker du temps avait décidé de soumettre Radio-Canada à un examen annuel de ses crédits par le Parlement, une situation qui existe toujours. D'année en année, la Société, théoriquement, ne sait pas ce que sera son budget de l'exercice financier suivant. Pourtant, depuis des lustres, experts et observateurs s'entendent pour que l'on corrige « au plus tôt » une telle situation et que l'on assure à la Société un financement stable. On retrouve une telle recommandation encore tout récemment dans le rapport Juneau, *op. cit.* p. 140-154. Si RDI peut compter sur un financement garanti d'avance, *a fortiori* il en est de même pour une entreprise comme Canal Famille qui bénéficie d'un abonnement « obligatoire » de 0,60\$ par mois, par abonné (*Décision CRTC 92-570*). Mais la palme revient à RDS qui, à raison de 1,21 \$ par mois, par abonné, le 12 août 1994, voyait sa licence reconduite jusqu'au 31 août 2001 (*Décision CRTC 94-602*). Rappelons que Télé Média avait insisté en 1987 pour que RDS soit obligatoire de façon à protéger les francophones de l'invasion américaine. Pierre Béland, le président de Télé Média du temps avait même déclaré: « Les signaux américains sont à nos portes. Promenez-vous dans les campagnes et dans les villes même et vous allez voir que, de plus en plus, il y a des soucoupes au Québec qui poussent comme des champignons un peu partout. Les gens ont faim de ces services-là. Ce (...) n'est actuellement que le début du fractionnement de l'auditoire... il va s'amplifier. Si c'est pas nous qui le faisons, ce sont les services américains qui vont le faire » (In Audience publique de 1987, *op. cit.*, p. 1395). Il faut croire que les impératifs « culturels » de Télé Média n'étaient pas à ce point importants puisque l'entreprise s'est retirée de RDS en 1992 (*Décision CRTC 92-807*). Désormais RDS appartient entièrement à John Labatt

faite à l'encontre de leurs volontés pour reconnaître qu'ils forment un groupe distinct imposant ses vues à l'ensemble télévisuel québécois. Non seulement des câblodistributeurs importants n'ont-ils pas pu mettre à exécution leur plan d'affaires au moment où CFCF et Vidéotron ont voulu s'échanger CF Cable TV, Quatre-Saisons et Télé-Métropole au printemps 96, mais les câblodistributeurs ont littéralement mordu la poussière au moment de la création des chaînes spécialisées au Québec en 1987. André Chagnon, le président de Vidéotron, n'avait pourtant pas ménagé ses efforts pour convaincre le CRTC de l'importance de ne pas permettre l'avènement de chaînes spécialisées comme Canal Famille et RDS, mais le point de vue du CRTC a prévalu. C'est d'ailleurs le point de vue du CRTC qui a encore prévalu pour l'avènement de RDI. La Société de la Couronne avait une approche différente de celle du CRTC, mais ce dernier a tout fait gagner à ce chapitre. C'est encore le point de vue du CRTC qui a prévalu en ce qui a trait à la création de TV5. Cette organisation télévisuelle jouissait d'un appui unanime des câblodistributeurs et de toutes les organisations télévisuelles pour lui reconnaître un statut très différent de celui de toutes les autres chaînes spécialisées. La régie a tout simplement ignoré de tels appuis pour considérer TV5 comme n'importe quelle autre chaînes spécialisée canadienne.

Enfin, pendant la période étudiée, nous avons pu constater qu'il n'y a pas eu de transferts linguistiques majeurs de la part des auditoires francophones. On ne peut attribuer à un tel phénomène l'importance que d'aucuns lui ont reconnue. Il y a eu **baisse** des auditoires francophones pendant une période de temps **limitée** mais non **un transfert** des auditoires francophones vers les chaînes anglophones.

Nous croyons donc approprié de donner raison à ceux qui estiment que l'augmentation des chaînes de télévision au Québec s'explique d'abord et avant tout par le désir des autorités fédérales d'adopter une approche équivalente pour le Canada et le Québec. Par ailleurs, la contribution de la présente recherche, croyons-nous, se situe dans l'explication de l'existence même de cette approche symétrique de la part du CRTC. Si ce dernier a encouragé le développement le plus symétrique possible de la télévision au Canada et au Québec, c'est à cause d'une double caractéristique de sa part: c'est d'abord **une bureaucratie** et une bureaucratie *canadienne* ensuite.

À titre de bureaucratie, le CRTC a ramené ses décisions, pendant la période étudiée, à tout un ensemble de règles, elles-mêmes reliées à des critères, des quotas, au statut de base, au statut de base élargi, au double statut modifié, à l'imputabilité, l'élasticité, aux proportions de production à consacrer aux producteurs indépendants, etc. Si on n'est pas un observateur très averti, il devient difficile de s'y retrouver et la nature éminemment technique des interventions du CRTC risque de faire perdre de vue le sens véritable de ses interventions: la mise en application d'un plan d'ensemble que, c'est là une hypothèse de notre part, il découvre d'ailleurs lui-même à la pièce, au cas par cas.

Naturellement, un tel plan d'ensemble est « canadien ». Héritier du nationalisme canadien en matière de radiodiffusion, il aurait été étonnant que le CRTC n'épouse pas une telle approche. Il est à noter que le Groupe de travail Caplan-Sauvageau, le Groupe Girard-Peters, et même Radio-Canada a plusieurs égards, pourtant tous créés par le gouvernement fédéral, avaient adopté une philosophie bien différente, mais il faut voir dans la nature bureaucratique du CRTC ce désir d'être le plus uniforme possible à la grandeur du pays.

Si les commissaires du CRTC ont encouragé l'augmentation des chaînes au Québec, on peut penser qu'ils l'ont fait par conviction et, comme le laissent entendre les recherches menées sur les agences régulatrices canadiennes, à cause d'un sens aigu de la mission à accomplir. Notre recherche suggère qu'on peut se poser des questions sur l'habileté des membres du CRTC à poser semblable diagnostic. Par ailleurs, des études menées sur cette époque ayant mené à la nouvelle Loi de la radiodiffusion de 1991 montrent bien que le CRTC, en favorisant de façon radicale l'augmentation des chaînes au Canada et au Québec, a probablement été tenté par le désir de conforter sa propre existence, d'asseoir davantage son autorité sur la radiodiffusion canadienne et québécoise au moment où le gouvernement révisait la Loi sur la radiodiffusion.

De telles constatations nous amènent à formuler une hypothèse sur le développement récent de la télévision québécoise. L'utilisation de critères canadiens pour évaluer la pertinence d'augmenter le nombre de chaînes au Québec a entraîné un développement artificiel de la télévision québécoise. C'est ce développement artificiel qui, selon nous, explique le mieux la situation actuelle.

## **Un développement artificiel**

La recherche elle-même étant terminée, l'auteur se doit d'indiquer le changement de registre dans ses préoccupations. En soulignant le développement artificiel de la télévision québécoise, il avance une hypothèse qui mérite au moins d'être explorée dans ses grandes lignes à titre de conclusion. Cette hypothèse, d'ailleurs fondée sur les données accumulées jusqu'à maintenant, ouvre des perspectives intéressantes qui, selon nous, méritent d'être mentionnées.

Le changement vient du Sud, avons-nous pu observer à plusieurs reprises dans cette recherche. La télévision a pris son envol aux États-Unis à la fin des années 40 et démarrait officiellement au Québec en 1952. La FCC, en faisant la répartition des fréquences de la télévision américaine en 1952 a commis, selon divers observateurs, une erreur de taille: elle a mêlé, à la grandeur des États-Unis, les fréquences UHF et VHF que les entreprises devaient utiliser pour diffuser leurs programmations. Malheureusement, pour des raisons purement techniques, les ondes UHF transmettent un signal de qualité réduite. C'est ce qui fait que seules les ondes VHF ont été utilisées. Or, dans la plupart des localités américaines, on ne pouvait exploiter plus de trois fréquences VHF. Dès sa naissance, la télévision américaine était limitée dans son développement à cause de la difficulté d'exploiter plus de trois fréquences par localité. C'est ce qui fait que trois réseaux seulement ont pu se développer: CBS, ABC et NBC. Compte tenu de l'important bassin de population américaine, compte tenu également de ses formidables ressources, la télévision américaine fut donc, dès son départ, hypothéquée dans ses possibilités de développement. Certaines organisations, notamment des stations publiques, ont bien essayé de diffuser sur UHF, mais la réception était trop mauvaise pour qu'elles puissent imposer leur programmation à la grandeur du pays<sup>11</sup>. Le modèle américain tourna donc autour de trois réseaux et, quand on sait l'immense influence du modèle américain sur la télévision canadienne et sur les autorités gouvernementales canadiennes, on peut supposer que ces dernières n'ont pas vu la nécessité d'encourager un développement dépassant les deux ou trois réseaux implantés un peu partout au Canada dans les années 60 et 70.

Les choses ont radicalement changé aux États-Unis au début des années 70. La télévision par câble avait été inventée en 1947 pour acheminer dans des milieux éloignés des signaux de télévision. Il y avait plusieurs câblodistributeurs aux États-Unis jusqu'au début des années 70, et ils étaient peu importants<sup>12</sup>. Une petite compagnie, Home Box Office (HBO), fondée en 1972, eut l'idée de transmettre à ses 365 abonnés de Wilkes-Barre en Pennsylvanie des films et des matches sportifs. Time Inc. achetait HBO en 1973 et, en 1975, les dirigeants de HBO eurent une idée qui allait révolutionner la télévision: diffuser le combat de boxe entre Mohammed Ali et Joe Frazier à l'aide d'un satellite. Le signal envoyé au satellite avait été ensuite acheminé à quelques entreprises de câblodistribution qui avaient souhaité offrir la retransmission du combat à leurs abonnés. C'est à partir de ce moment que les chaînes spécialisées se sont véritablement développées aux États-Unis<sup>13</sup>.

La société américaine, croyons-nous, n'avait pas à cette époque autant de chaînes de télévision que ses immenses ressources le lui permettaient et, à partir du moment où il devenait possible de créer d'autres réseaux en utilisant la technologie satellite-câble coaxial, le développement devenait possible. Cette augmentation des chaînes est venue «de la base». Des entreprises ont décidé par elles-mêmes de se lancer dans cette aventure. Et, si certaines ont grandement réussi, comme HBO et CNN, d'autres, et non des moindres (ABC et Westinghouse notamment <sup>†††</sup>), ont failli misérablement.

---

<sup>†††</sup> ABC et Westinghouse ont tenté de concurrencer CNN en créant, en 1982, SNC, une chaîne d'informations continues sur câble mais l'entreprise eut un rendement déplorable. Ted Turner, le créateur de CNN, a pu l'acheter et obtenir ainsi les abonnés de SNC en plus de ceux que CNN avaient déjà. D'après John E. Fryman . « Cable News Network (CNN) » in Robert G. Picard et al, *op. cit.*, p. 40-41.

14% des foyers américains étaient abonnés au câble en 1970<sup>14</sup>. La création de HBO et d'entreprises comme CNN ont évidemment favorisé l'augmentation de la pénétration du câble et la création de chaînes spécialisées aux États-Unis. Même en 1985, la pénétration du câble aux États-Unis était de 40 %, alors qu'elle était de 60,8% au Canada et de 47, 5% au Québec<sup>15</sup>.

Il vaut la peine de rappeler l'arrivée de CNN et de RDI pour illustrer les différences de développement entre les deux pays. C'est en 1980 que Ted Turner créait CNN. Cet homme, doté selon plusieurs, d'une personnalité très particulière, avait gagné la Coupe America et fait sa marque à Atlanta où il était notamment propriétaire de l'équipe de baseball les *Braves d'Atlanta* et de WTBS, une *Superstation*. À l'origine, cette dernière était une station de télévision locale comme il y en avait tant d'autres aux États-Unis sauf qu'elle a eu pour particularité, dès 1976, d'envoyer son signal vers un satellite pour ensuite le redistribuer aux câblodistributeurs intéressés. La station locale pouvait donc diffuser des émissions « locales » à la grandeur du pays. Naturellement, dans de telles émissions, on retrouvait la retransmission des matches des Braves d'Atlanta.

Comme l'a remarqué un analyste, on a attribué à Ted Turner toutes sortes de qualités et défauts; on a dit de lui que, en plus d'être fortement imbu de lui-même, il était le champion des pilotes de voilier, play-boy, moralisateur, grand financier du baseball, génie de la télé par câble, apôtre de la droite, aventurier, commis-voyageur, et du genre « Don Quichotte ». Il a même été qualifié de « fort en gueule du Sud » (« ...*The Mouth of the South* »). Ted Turner a réussi à être tout cela à la fois! Mais, d'abord et avant tout, on lui a reconnu un exceptionnel sens des affaires (« *To everyone, however, Turner is a man with a knack for business.*»<sup>16</sup>). En constatant le développement de plus

en plus constant de HBO et de différentes chaînes spécialisées, il a décidé de façon tout à fait intuitive d'investir sa fortune personnelle évaluée alors à 100 millions de dollars dans cette aventure et a lancé CNN en 1980. Outre le siège social installé de façon plus qu'artisanale à Atlanta, CNN avait, dès son ouverture, 6 bureaux situés respectivement à Washington, New-York, Chicago, San Francisco, Dallas, Los Angeles et, en plus, un bureau à Londres et un autre à Rome<sup>17</sup>. Les débuts furent laborieux et l'homme d'affaires a alors perdu beaucoup d'argent. Il a négocié lui-même l'adhésion des câblodistributeurs à son projet et il également dû s'assurer qu'abonnement et publicité entraient en proportions à peu près égales dans les revenus de son entreprise. CNN, au moment de sa création en 1980, avait environ 1 700 000 abonnés<sup>18</sup>. En 1981, son entreprise exigeait, en moyenne, **0,17\$ par abonné, par mois** et, naturellement, le câblodistributeur était libre d'accepter ou de refuser d'offrir le service à ses abonnés<sup>19</sup>. Ted Turner a favorisé une expansion constante de ses affaires pour se maintenir, mais il a connu de graves difficultés en 1985 et il a dû s'allier aux câblodistributeurs pour sauver CNN, ce qui l'a forcé à perdre le contrôle exclusif de son entreprise.<sup>20</sup>

Pour fins de comparaison, rappelons qu'en 1995, RDI, à la suite des interventions répétées du CRTC, était offert, à toutes fins utiles, **de façon obligatoire** aux abonnés du câble québécois qui représentaient 69% des foyers du Québec soit 1 700 000 abonnés sur le canal étendu de base à **0,90\$ par mois, par abonné**<sup>21</sup>. Pour favoriser l'abonnement à RDI en dehors du Québec, sur demande de Radio-Canada approuvée par le CRTC, RDI était offert sur le volet **facultatif** de l'abonnement au câble à 0,10\$ par mois, par abonné. Enfin, le directeur exécutif de RDI, Renaud Gilbert, a reconnu en 1995 que les abonnements comptaient pour 90% du financement de RDI. Y

a-t-il pour autant adhésion des abonnés québécois du câble à RDI dont ils assurent, à toutes fins utiles, le financement, qu'ils le veulent ou non? Rien ne permet de répondre positivement ou négativement à cette question. Tout ce que l'on sait, c'est que la chaîne a une part d'écoute oscillant entre 1 et 2% au Québec<sup>22</sup>. Si on relie de telles données à la situation qui a prévalu au moment où le CRTC a favorisé l'arrivée des premières chaînes spécialisées au Québec, nous nous croyons justifiés de qualifier le développement récent de la télévision québécoise d'artificiel. Autant les entreprises américaines ont dû, **par elles-mêmes**, se trouver une niche, un financement et un « positionnement » leur permettant d'assurer leur fonctionnement, autant les entreprises québécoises ont vu le jour grâce à l'intervention répétée et articulée de la régie fédérale chargée de les superviser. Une telle situation ne fait d'ailleurs que confirmer ce que Seymour Martin Lipset a avancé au sujet du Canada. En comparant les institutions des États-Unis et du Canada, le sociologue a reconnu que le gouvernement canadien avait affiché un paternalisme certain en favorisant l'apparition d'une puissance bureaucratique et étatique importante qui est toujours intervenue dans son champ de juridiction pour contrebalancer la puissance américaine<sup>23</sup>.

Est-ce que l'action du CRTC a été davantage bénéfique au Québec en ce qui a trait à la création de Quatre-Saisons? Les difficultés financières de cette chaîne généraliste sont bien connues. CFCF a voulu régler les problèmes financiers de Quatre-Saisons en achetant Télé-Métropole et en vendant ses intérêts en câblodistribution. Mais Cogeco veillait et a réussi à empêcher la transaction. CFCF a donc décidé de tout vendre à Vidéotron. Ce fut un deuil pour la famille Pouliot qui avait sans doute placé beaucoup d'espoir en Quatre-Saisons:

« On a mis beaucoup de sang, d'efforts, de sueur dans cette entreprise-là . On en est fier aussi. Dans un sens, c'est un peu comme un décès. On perd quelque chose. On est amputé de quelque chose... Il y a une perte dans la famille.<sup>24</sup>»

CFCF, dirigée par la famille Pouliot, qui avait déjà fait ses marques en radiodiffusion, notamment à Québec, a donc, elle aussi, échoué dans sa tentative d'établir une deuxième chaîne généraliste privée à Montréal et Québec. Cet échec suivait celui de Télé Inter-Cité qui, en 1974 et 1975, après avoir obtenu l'aval du CRTC, n'avait pas réussi à lancer son projet de chaîne de télévision privée à Montréal et Québec faute d'argent<sup>(+++ et<sup>25</sup>)</sup>. Nous l'avons répété à plusieurs reprises, puisqu'il y avait au moins deux chaînes de télévision privées dans les autres grands marchés canadiens, le CRTC a encouragé la création d'une deuxième chaîne à Montréal et Québec. Dans les deux cas, deux organisations différentes, avec des moyens et une expérience différentes, ont échoué.

Bien avant les autres grands pays industrialisés, pour des raisons socio-économiques qui leur étaient propres, les États-Unis se sont lancés dans la multiplication des chaînes, une opération qui, dans plusieurs cas, a résulté en franches réussites. On a souhaité semblable expansion au Canada pour les raisons que l'on connaît. Équivalence canadienne obligeant, le CRTC a voulu recréer au Québec ce qui devait exister ailleurs au Canada. Mais les conditions socio-économiques québécoises sont tout à fait différentes des conditions socio-économiques américaines. On retrouve ici ce que la sociologue Dominique Pasquier a avancé au sujet du modèle américain:

« Il n'est pas un ouvrage sur la télévision aujourd'hui qui ne fasse référence au cas américain, mais dans la très grande majorité des cas, c'est une référence lacunaire ou stratégique. Les

---

<sup>+++</sup> Il est ironique de constater que Télé Inter-Cité était dirigé par Franklin Delaney, un ancien cadre supérieur du CRTC, lequel devrait devenir le directeur général de Télé Quatre-Saisons si l'offre de Québecor pour en devenir propriétaire était acceptée à l'audience que le CRTC doit tenir en juillet 1997 à ce sujet.

techniques importées concernent des emprunts de surface, quelques détails de modernité pour lesquels le label américain est parfois fantaisiste, sinon purement imaginaire.

(...) Cette référence est aussi décontextualisée; les arguments sélectionnés pour illustrer les raisonnements ne sont pas mis en relation avec l'ensemble rationnel et cohérent qui les soutend et les explique. L'histoire de la télévision américaine, les pratiques de consommation des téléspectateurs, l'organisation des différents marchés, le contexte juridique et réglementaire sont autant d'éléments régulièrement occultés.<sup>26</sup>»

Depuis le milieu des années 80, on a reconnu et établi les très grandes différences entre les télévisions canadienne et québécoise. La chose devrait aller de soi. S'il est vrai que la télévision sert de lien social avec son auditoire, les programmeurs d'une chaîne, peu importe qu'ils proviennent d'une organisation publique ou privée, vont, d'abord et avant tout, consacrer le gros de leurs énergies à tenter de rejoindre *le vaste public auquel ils s'adressent*. Des publics différents par leur composition linguistique et leurs origines, fussent-ils du même pays, vont alors forcément entraîner l'existence de télévisions différentes. Pourquoi alors, au moment où l'on doit étudier les télévisions en question si on est une régie gouvernementale, utiliser les mêmes critères d'évaluation? Pourquoi, au contraire, ne pas développer des critères différents pour des télévisions différentes? Pourquoi évaluer le développement de la télévision canadienne à l'aune du développement de la télévision américaine? En ignorant les différences profondes d'une société à l'autre, on risque de favoriser l'implantation de structures qui vont à l'encontre des possibilités et des capacités des sociétés en question en matière de besoins télévisuels. À titre d'exemple, si une chaîne spécialisée américaine recueille 1% de part de marché, cela ne peut absolument pas se comparer au 1% de part de marché qu'une chaîne spécialisée québécoise peut obtenir dans son propre marché. La chaîne spécialisée américaine, même avec une part de marché restreinte, peut encore compter sur un public de masse (des millions de personnes), pendant que la chaîne québécoise s'adresse à un public de quelques

milliers de personnes. Pour reprendre l'approche de Dominique Wolton, qu'est-ce que la télévision sans un public de masse? Est-il également nécessaire de rappeler que les travaux de Seymour Martin Lipset ont fait ressortir les écarts importants entre les publics américain et québécois qui, en plus d'être de tailles différentes, ne partagent ni les mêmes valeurs ni les mêmes structures?<sup>27</sup>

Selon nous, on a voulu multiplier à l'américaine les chaînes de télévision au Québec dans une société qui, pourtant, n'a ni les ressources, ni les valeurs, ni les structures de son puissant voisin du Sud. Faut-il alors s'étonner de ses difficultés? Pourtant, la régie fédérale continue dans sa grande marche en avant. Sa nature bureaucratique, selon nous, l'empêche d'aller dans une autre direction. Elle pourrait développer et adopter des critères d'évaluation différents pour analyser les télévisions québécoise et canadienne. Elle pourrait sans doute le faire, selon nous, tout en respectant la loi qu'elle est chargée de mettre en application. Et, finalement, est-il à ce point nécessaire qu'elle intervienne autant?

Des structures, si équilibrées soient-elles aux yeux de bureaucrates, ne réussiront sans doute pas à influencer les goûts du public, si ce dernier n'adhère pas aux programmations qui lui sont offertes. Comment des structures conçues en contradiction avec l'environnement dans lequel elles se trouvent, par leur seule existence, peuvent-elles assurer l'épanouissement de la télévision?

Et, lançons-nous à titre de réflexion, ne serait-ce là que la pointe de l'iceberg bureaucratique? La télévision québécoise, c'est de plus en plus des structures passées au peigne fin par une régie fédérale, des organisations télévisuelles devant obéir à toutes sortes de règles, de quotas, de critères,

c'est de plus en plus des producteurs indépendants devant compléter leur financement auprès de commanditaires, Téléfilm Canada, la SOGIQ, le Fonds des câblodistributeurs, etc. Une telle réalité doit sans doute entraîner pour les artisans de la télévision une succession de démarches et de contraintes qui rendent sans doute l'exercice de la production télévisuelle de plus en plus difficile. N'y a-t-il pas là une gigantesque poussée bureaucratique qui, à la longue, peut nuire à la télévision québécoise moderne?

Notre recherche se termine donc par plus de questions que de réponses, ce qui, selon nous, est approprié devant une réalité que l'on connaît finalement assez mal. Rappelons à ce sujet que Dominique Wolton a qualifié la télévision d'objet non pensé. Encore aujourd'hui, estimons-nous, c'est un phénomène social moins bien connu que l'on ne croit.

On conviendra ici qu'il s'agit, de la part du chercheur, de quelques réflexions « libres » qu'il s'est autorisé à faire à la lumière des données accumulées dans les chapitres précédents. Son objectif premier, ne l'oublions pas, était de considérer la télévision québécoise comme un regroupement d'organisations s'étant développées selon une dynamique propre au système et aux acteurs qui le composent.

## **L'importance des organisations**

La télévision québécoise est un système, avons-nous avancé, et, dans une période d'observation relativement courte, nous avons tenté de saisir la dynamique entre ce système et les acteurs qui le

composent. En utilisant une approche développée en sociologie des organisations, nous espérons avoir pu faire avancer la réflexion sur les problèmes bien réels que connaît la télévision québécoise présentement.

Nous avons bien insisté, en amorçant cette étude, sur son caractère forcément très empirique et sur sa portée limitée. Cependant, dans la mesure où nous aurons fait progresser, ne serait-ce que de façon très restreinte, la connaissance sur la télévision québécoise, nous aurons réussi.

Au lecteur de juger si cela a été accompli.

Yvon Lalande, mai 1997.

---

## RÉFÉRENCES

1. *Décision CRTC 89-599*, Ottawa, le 25 août 1989.
2. *Ibid.*
3. *Ibid.*
4. *Ibid.*
5. Étude Girard-Peters, *op. cit.*, p. 34. Il est à noter que cette étude portait aussi bien sur les difficultés des télévisions canadienne que québécoise. Pour les fins de notre recherche, nous ne retenons que les données reliées à la situation de la télévision québécoise.
6. *Décision CRTC 94-285*, Ottawa, le 6 juin 1994.
7. *Décision CRTC 94-285*, Ottawa, le 6 juin 1994.
8. *Avis public CRTC 1996-120*. Ottawa, le 4 septembre 1996.
9. *Ibid.*
10. C. Lloyd Brown-John, *op. cit.*, p. 26. Traduction de l'auteur.
11. Claude-Jean Bertrand, *Les États-Unis et leur télévision*, Paris, Institut national de l'audiovisuel et éditions Champ Vallon, 1989, p. 24-25.
12. Robert G. Picard et al, *The Cable networks Handbook*, Riverside (California), Carpelan Publishing Co. 1993, p. 1-2.
13. Richard A. Gershon, et Michael O. Wirth, « Home Box Office » in Robert G. Picard et al, *ibid.*, p. 114-116.
14. Groupe de travail Caplan-Sauvageau, *op. cit.*, p. 592.
15. Groupe de travail, *ibid.*, p. 592 pour les chiffres américains. On retrouve les chiffres canadiens au tableau 24.2 du même rapport. Notons cependant que, dans ce dernier cas, ils valent pour l'année 1984.
16. George Mair, *Inside HBO, the Billion Dollar War Between HBO, Hollywood, and the Home Video Revolution*, New York, Dodd, Mead & Company, 1988, p. 27.
17. Hank Whittemore, *CNN, The Inside Story*, Little, Boston, Toronto, London, Brown and Company, 1990, p. 135. John E. Fryman, « Cable News Network (CNN) » in Robert G. Picard et al. *op. cit.*, p. 41-43.
18. John E. Fryman, *ibid.*, p. 41.
19. Hank Whittemore, *op. cit.*, p. 184-185.
20. Hank Whittemore, *ibid.*, p. 184-188. et John E Fryman., *op. cit.*, p. 41-43.

---

21. Pour le nombre d'abonnés au Québec, cf Renaud Gilbert *Les enjeux liés à la naissance du Réseau de l'information (SRC)*, allocution prononcée au congrès Communications 1995, le 7 juin 1995, organisé par la revue *Qui fait quoi?* Les conditions de l'abonnement et le prix exigé par Radio-Canada sont mentionnés comme conditions d'exercice de la licence in *Décision CRTC 94-285*, *op. cit.*

22. Info Presse Communications, « Le guide annuel... » *op. cit.*, p. 40. Voir également Louise Cousineau, « Le référendum et le pot d'Oka ont été bons pour le Réseau RDI. », *La Presse*, Montréal, le 15 décembre 1995.

23. Seymour Martin Lipset, *op. cit.*, p. 44-56.

24. Adrien Pouliot, in émission de radio *Les affaires et la vie* de Radio-Canada (CBF, à Montréal) diffusée samedi le 20 avril 1996. Transcription par l'auteur.

25. *Décision CRTC 74-75*, Ottawa, le 4 avril 1974.

26. Dominique Pasquier, *La télévision américaine*, Toulouse, collection Écomédia, Éditions Milan-Midia, 1990, p. 8.

27. Seymour Martin Lipset, *op. cit.*

# Bibliographie

## (Classement par thèmes)

### Méthodologie de recherche

Quivy Raymond et Luc Van Campenhout, *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Sciences humaines Dunod, 1994.

### Théories sur les médias

Tremblay Gaétan, « Le discours théorique sur les industries culturelles » in Gaétan Tremblay et al, *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*, Sillery (Québec), Presses de l'Université du Québec, 1990.

Wolton Dominique, *Éloge du grand public, une théorie critique de la télévision*, Paris, Flammarion, 1990.

### Sociologie des organisations

Ballé Catherine, *Sociologie des organisations*, Paris, collection Que sais-je, Presses universitaires de France, 1990.

Crozier Michel et Erhard Friedberg, *L'acteur et le système*, Paris, collection Essais, Editions du Seuil, 1992 (Réédition intégrale de la version de 1977 parue elle aussi aux Éditions du Seuil).

Chanlat Jean-François et Francine Séguin, *L'analyse des organisations, une anthologie sociologique. Tome I, Les théories de l'organisation*, Boucherville (Québec) Gaétan Morin éditeur, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, 1983.

Di Maggio Paul, « Interest and Agency in Institutional Theory » in Zucker Lynn G, Ed., *Institutional Patterns and Organizations*, Cambridge, Ballinger, 1988, p. 2-21.

Guillemet Patrick, *Questions d'examen général de doctorat sur le processus d'institutionnalisation*, Montréal, Département de sociologie, Université de Montréal, septembre 1991. 39 pages. Étude remise à l'auteur par Camille Legendre, professeur au département de sociologie de l'Université de Montréal.

Hall Richard H., *Organizations, Structures and Processes*, Englewood Cliffs, New-Jersey, Prentice-Hall, 1977.

Hirsh Paul M., « Organizational Analysis and Industrial Sociology, an Instance of Cultural Lag », *The American Sociologist*, Vol 10, No 1, février 1975, p. 3-10.

Hirsh Paul M., « Processing Fads and Fashions: An Organization Set Analysis of Cultural Industry Systems », *American Journal of Sociology*, Vol 77, No 4, January 72, p. 639-659.

Hirsh Paul M., « Organizational Effectiveness and the Institutional Environment », *Administrative Science Quarterly*, Vol. 20, 1975, p. 327-344.

Mintzberg Henry, *Structure et dynamique des organisations*, Paris, Les éditions d'organisation et Montréal, Les éditions Agence d'Arc, 1982.

Perrow Charles, *Complex Organizations*, New York, McGraw-Hill, 1986.

Perrow Charles, *Organizational Analysis: a Sociological View*, Monterey (California), collection Behavioral Science in Industry Series, Brooks/Cole Pu.. Co., 1970.

Thompson John David, *Organizations in Action*, New York, McGraw-Hill, 1967.

Scott Richard W., *Rational, Natural and Open Systems*, Englewood Cliffs, New-Jersey, Prentice-Hall, 1981.

Selznick Philip, *Leadership in Administration*, Berkeley and Los Angeles, University of California Press Harper & Row Publishers, 1957. (Édition utilisée: California Paperback, 1984).

Stinchcombe Arthur L., « Social Structure and Organizations » in Ed. James G. March, *Handbook of Organizations*, Chicago, Rand McNally. p. 142-193.

### **Administration publique et agences régulatrices au Canada et aux États-Unis**

Bernstein Marver H., *Regulating Business by Independent Commission*, Princeton, New-Jersey, Princeton University Press, 1955.

Brown-John C. Lloyd, *Canadian Regulatory Agencies: Quis Custodiet Ipsos Custodes?*, Toronto, Boston, Department of Political Science, University of Windsor, Butterworths, 1981.

Campbell Colin, George Szablowski, *The Superbureaucrats, Structure and Behaviour in Central Agencies*, Toronto, Mcmillan of Canada, 1979.

Derthick Martha, Paul J. Quirk, *The Politics of Deregulation*, Washington D.C., The Brookings Institution, 1985.

Kernaghan Kenneth et al, *Public Administration in Canada: Selected Readings*, Toronto, Methuen, 1985.

Kernaghan Kenneth, David Siegel, *Public Administration in Canada*, Scarborough (Ontario) Nelson Canada, 1989.

Levitt Theodore, « Why Business Always Loses? » *Harvard Business Review*, Boston, 1968, p. 181-189.

Rourke Francis E., *Politics and Public Policy*, Boston, Toronto, Little, Brown and Company, Third Edition, 1984.

Sabatier Paul, « Social Movements and Regulatory Agencies: Towards a More Adequate-and Less Pessimistic-Theory of "clientele Capture" », Amsterdam, *Policy Sciences*, Elsevier Scientific Publishing Company,

Sharkansky Ira, *Public Administration, Policy-Making in Government Agencies*, Chicago, Rand McNally College Publishing Compagny, Third Edition, 1975.

Yates Douglas, *Bureaucratic Democracy, the Search for Democracy and Efficiency in American Government*, Cambridge (Massachussetts) and London (England) Harvard University Press, 1982.

Wilson James Q., *Bureaucracy: What Government Agencies Do and Why They Do It*, New-York, Basic Books Inc. Publishers, 1989.

### **Les institutions et idéologies au Canada et aux États-Unis**

Lipset Seymour Martin, *Continental Divide, the Values and Institutions of the United States and Canada*, New York, Routledge, Chapman and Hall, 1990.

Campbell Colin et William Christian, *Political Parties and Ideologies in Canada*, Toronto, Third Edition, McGraw-Hill, Ryerson Limited, 1990.

Elkins David J. et Richard Simeon, *Small Worlds: Provinces and Parties in Canadian Political Life*, Toronto, Methuen Publications, 1980.

### Évaluation de politiques gouvernementales

Bellavance Michel, *Les politiques gouvernementales, élaboration, gestion et évaluation*, Montréal, Les éditions Agence d'Arc-ENAP, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, Bibliothèque nationale du Canada, 1985.

### Le développement de la radiodiffusion au Québec et au Canada

Chouinard Laura et Michel Pomerleau, *La régionalisation de Radio-Québec: l'histoire d'un prétexte*, Rimouski, Université du Québec à Rimouski, Cahiers du GRIDEC, Dépôt légal 1987.

Comité d'examen des mandats SRC, ONF, Téléfilm, *Faire entendre nos voix, le cinéma et la télévision du Canada au 21e siècle*, Ottawa, Ministère des approvisionnements et Services Canada, 1996, (Rapport Juneau).

Filion Michel, *Radiodiffusion et société distincte, des origines de la radio jusqu'à la révolution tranquille au Québec*, Laval (Québec), Éditions du Méridien, Dépôt Bibliothèque nationale du Québec, 1994. Livre présenté à l'origine comme thèse de doctorat en histoire sous le titre « Les problèmes de l'américanisation et la radiodiffusion québécoise depuis ses origines jusqu'à la réglementation du contenu canadien 1922-1959 ». Université Laval, 1993.

Gouvernement du Canada, *Rapport du groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1986, (Rapport Caplan-Sauvageau).

Groupe de travail, *La situation économique de la télévision canadienne*, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1991, (Étude Girard-Peters).

Lacroix Jean-Guy, *Câblodistribution et télématique grand public; historique du développement de la câblodistribution au Canada 1950-1980*, Montréal, Université du Québec à Montréal, GRICIS, Groupe de recherche sur les industries culturelles et l'informatisation sociale, Département de sociologie, 1983 (?).

Lacroix Jean-Guy et Gaétan Tremblay en collaboration avec Marc Ménard et Marie-Josée Régner, *Télévision deuxième dynastie*, Sillery (Québec), Presses de l'Université du Québec, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, 1991.

Legros Marc, *Analyse des avis de décision du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes relativement à la télévision québécoise entre 1968 et 1989*. Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du diplôme de M.Sc. en sciences de la communication, Université de Montréal, novembre 1990.

Parenteau Roland, « Les intellectuels et la politique dans les années 60 », in *Bulletin d'histoire politique*, vol. 3, No 1, automne 94, p. 45-54.

Peers Frank W., *The Public Eye, Television and the Politics of Canadian Broadcasting, 1952-1958*, Toronto, University of Toronto Press, 1979.

Raboy Marc, *Accès inégal, les canaux d'influence en radiodiffusion*, Sillery (Québec), Presses de l'Université du Québec, Dépôt légal, Bibliothèque Nationale du Québec, 1995.

Raboy Marc, *Missed Opportunities, the Story of Canada's Broadcasting Policy*, Montréal et Kingston, McGill-Queen's University Press, 1990.

Raboy Marc, « Vers une politique québécoise de télévision: les leçons de l'histoire », in Alain Laramée et al, *Les communications au Québec*, Montréal, Éditions Saint-Martin, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, 1993, p. 91-116.

Raboy Marc en collaboration avec André Roy, *Les médias québécois*, Boucherville (Québec), Gaétan Morin éditeur, 1992.

Rapport du comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone, *L'avenir de la télévision francophone*, Ottawa et Québec, Ministère des Communications du Canada et Ministère des Communications du Québec, mai 1985.

Sauvageau Florian, « Le Canada et le village global », in André H. Caron, Pierre Juneau et al, *Le défi des télévisions nationales à l'ère de la mondialisation*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1992, p. 123-132.

Siegel Arthur, *Politics and the Media in Canada*, Toronto, McGraw-Hill, Ryerson Limited, 1983.

Trudel Lina, *La population face aux médias*, Montréal, VLB, en collaboration avec l'Institut canadien d'éducation des adultes, 1992.

### **La radiodiffusion et la câblodistribution aux États-Unis**

Krasnow Erwin G. et Lawrence D. Longley, *The Politics of Broadcast Regulation*, New-York, St-Martin Press, Second Edition, 1978.

Bertrand Claude-Jean, *Les États-Unis et leur télévision*, Paris, Institut national de l'audiovisuel et Éditions Champ Vallon, 1989.

Picard Robert G. et al, *The Cable Networks Handbook*, Riverside (California), Carpelan Publishing Co., 1993.

Mair George, *Inside HBO, the Billion Dollar War Between HBO, Hollywood, and the Home Video Revolution*, New York, Dodd, Mead & Company, 1988.

Pasquier Dominique, *La télévision américaine*, collection Écomédia, Éditions Milan-Midia, Toulouse, 1990.

Whittemore Hank, *CNN, The Inside Story*, Boston, Little, Brown and Company, 1990.

### **Données statistiques**

Angus Reid Inc., *The Cable TV Policy Study: Canadian Public Opinion Regarding Issues Associated with Cable Television Policy*. A summary review of the results emerging from a national survey for CRTC. Juin 1987.

Eddie Christine, *La télévision francophone du Québec*, Québec, Direction des communications, ministère des Communications du Québec, 1989.

Caron André H. et Luc Giroux, *Les Québécois francophones et l'écoute de la télévision de langue anglaise 1976-1984*, Québec, pour le compte du Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone. Direction des communications du Ministère des communications du Gouvernement du Québec, 1985.

Info Presse Communications, *Le guide annuel des médias 1996*, réalisé en collaboration avec le Conseil des directeurs médias du Québec, Varennes, Dépôt légal Bibliothèque Nationale du Québec, Bibliothèque Nationale du Canada, 1996.

Langlois Simon et al, *La société québécoise en tendances 1960-1990*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1990.

Leblanc Gérard, « Le tiers des francophones hors Québec se sont anglicisés », *La Presse*, Montréal, le 18 février 1995, p. B 6.

Nordicity Group Ltd, *Impact Assessment of Cable Carriage of New and Existing Canadian Specialty TV Programming Services*. Recherche exécutée pour le CRTC, rapport final, le 20 juin 1987.

Veilleux Jean-Marc, *Le développement des canaux spécialisés au Québec: une évaluation économique*, Québec, Gouvernement du Québec, Ministère des Communications, direction générale du développement, 1986.

### Textes officiels et gouvernementaux

*Avis public CRTC 1983-93*, Ottawa, le 4 mai 1983.

*Avis public CRTC 1984-281*, Ottawa, le 15 novembre 1984.

*Avis public CRTC 1986-27*, Ottawa, le 13 février 1986.

*Avis public CRTC 1986-182*, Ottawa, le 1<sup>er</sup> août 1986.

*Avis public CRTC 1987-121*, Ottawa, le 4 mai 1987.

*Avis public CRTC 1996-120*, Ottawa, le 4 septembre 1996.

*Cahier de procédures des règles et règlements du CRTC*, Ottawa, modifications en 1972, 1977 et 1992.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Un plus grand choix d'émissions canadiennes, More Canadian Programming Choices*, Ottawa, le 30 novembre 1987, 274 pages. Recueil comprenant tous les avis publics (CRTC 1987-260 à CRTC 1987-262) et toutes les décisions (CRTC 87-895 à CRTC 87-906) portant sur la mise sur pied des chaînes spécialisées au Canada et au Québec.

CRTC, Transcription des audiences tenues au Complexe Guy Favreau à Montréal, du 13 au 17 mai 1985 par International Reporting Inc, Ottawa, 5 volumes, 1694 pages.

CRTC, Transcription des audiences tenues à Place du Portage à Hull, du 10 juillet au 13 août 1987 par Steno Tran, 1376 Kilborn Avenue, Ottawa, 19 volumes, 6851 pages.

*Décision CRTC 74-75*, Ottawa, le 4 avril 1974.

*Décision CRTC 85-609*, Ottawa, le 31 juillet 1985.

*Décision CRTC 85-677*, Ottawa, le 22 août 1985.

*Décision CRTC 85-733*, Ottawa, le 6 septembre 1985.

*Décision CRTC 86-213*, Ottawa, le 13 mars 1986.

*Décision CRTC 86-215*, Ottawa, le 13 mars 1986.

*Décision CRTC 86-367*, Ottawa, le 18 avril 1986.

*Décision CRTC 87-62*, Ottawa, le 27 janvier 1987.

*Décision CRTC 89-141*, Ottawa, le 6 avril 1989.

*Décision CRTC 89-599*, Ottawa, le 25 août 1989.

*Décision CRTC 90-631*, Ottawa, le 9 juillet 1990.

*Décision CRTC 92-570*, Ottawa, le 17 août 1992.

*Décisions CRTC 94-285 et CRTC 94-286*, Ottawa, le 6 juin 1994.

*Décision CRTC 94*, Ottawa, le 12 août 1994.

*Décision CRTC 97-84*, Ottawa, le 27 février 1997.

Direction de l'information du Ministère des Communications, *Communiqué*, Ottawa, juin 1991. Communiqué officiel du Ministère accompagnant la publication de la Loi sur la radiodiffusion, Ottawa, 1991.

« Loi sur la radiodiffusion », Ottawa, 1968. In Grant Peter S., *Recueil législatif sur la radiodiffusion et la télévision par câble*, Toronto, Law Society of Upper Canada, Department of Continuing Education, 1973.

*Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, Ottawa, 1975.

*Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1985.

*Loi sur la radiodiffusion*, Ottawa, 1991.

### Articles de journaux et de magazines

Beauregard Valérie, « La télé spécialisée au secours de l'écoute francophone », *La Presse*, Montréal, le 15 octobre 1996, p. D 1.

Bédard Romain, « L'essor des spécialisés » *Info Presse Communications*, Montréal (Québec), Vol 12, No 3, p. 41-46.

Bissonnette Lise, « Ni beau, ni chaud », *Le Devoir*, Montréal, le 10 décembre 1992.

Colpron Suzanne « Adrien Pouliot, l'homme du nouvel empire de la télévision », *La Presse*, cahier arts et spectacles, Montréal, le 17 février 1996.

Colpron Sulzanne, « TQS fête ses 10 ans dans l'incertitude », *La Presse*, Montréal, le 19 août 1996, p. A 12.

Cousineau Louise, « TM redevient No 1, RC augmente son auditoire mais TQS a mal à ses Croque et Radio-Québec en arrache », *La Presse*, Montréal, le 21 décembre 1993, p. B 4.

Cousineau Louise, « On broie du noir à Radio-Québec », *La Presse*, Montréal, le 8 décembre 1993, p. E 1.

Cousineau Louise, « Le référendum et le pot d'Oka ont été bons pour le réseau RDI », *La Presse*, 15 décembre 1995.

Des Rivières Paule, « Le prix de la cote », *Le Devoir*, Montréal, les 19 et 20 février 1994, p. C 2.

Des Rivières Paule, « RDI a gagné son pari. Après un an, le nouveau réseau est déjà un favori des Québécois », *Le Devoir*, Montréal, les 30 et 31 décembre 1995, p. C 1 et C 2.

Des Rivières Paule, « La SRC en tête aux BBM », *Le Devoir*, Montréal, le 5 janvier 1996, p. B 9.

Dorion Jacques, « Le nouveau paysage télé du Québec », *Info Presse Communications*, Montréal, Vol 12, No 3, novembre 1996, p. 60.

Dufresne Jean-V, « Juden Raus... », *Le Journal de Montréal*, Montréal, le 6 janvier 1993.

Dubuc Alain, « Bell-Unitel: la mascarade de la concurrence », *La Presse*, Montréal, le 16 juin 1992.

Dupaul Richard, « Saga CFCF: les analystes accordent peu de chances à Cogeco », *La Presse*, Montréal, le 23 avril 1996, p. C 1.

Dupaul Richard, « Saga CFCF: victoire des Pouliot et Chagnon », *La Presse*, Montréal, le 22 mai 1996, p. D 1.

Dupaul Richard, « TM à la recherche d'économies », *La Presse*, Montréal, le 18 février 1997, p. C 3.

Gruda Agnès, « Télé-Québec: le réseau du terroir », *La Presse*, Montréal, le 29 juin 1995, p. B 2.

Jannard Maurice, « Le diffuseur privé doit évoluer » et Richard Dupaul, « CFCF: patience », *La Presse*, Montréal, le 6 mars 1996, p. D 3.

Lemay Daniel, « Avec RDI, SRC aspire à la symétrie », *La Presse*, Montréal, le 13 février 1994, p. B 8.

Lortie Marie-Claude, « Guerre dans l'information: trois groupes se disputent l'exploitation d'une chaîne francophone d'information continue », *La Presse*, Montréal, le 26 février 1994, p. B 1.

Masson Claude, « Les 25 ans de Radio-Québec », *La Presse*, Montréal, le 28 décembre 1993, p. B 2.

Rinehart Diane, « Radio-Canada entend mettre en place un "Newsworld" français », *La Presse*, Montréal, le 13 mars 1993, p. E 2.

Tremblay Miville, « Rationalisation TM-TQS: à CFCF de bouger », *La Presse*, Montréal, le 20 février 1996, p. C 1.

« La SRC ne peut pas toujours fonctionner en état de crise », *La Presse*, Montréal, le 28 octobre 1994, p. B 3. « Manera a vu les chiffres: c'était bien 350 millions », *La Presse*, Montréal, le 3 mars 1995, p. A1 et A2.

### Divers

Charon Jean-Marie, *Presse écrite; une écriture en évolution* in Charon Jean-Marie et al «L'état des médias», Boréal/Découvertes Médiaspouvoirs/CFPJ, Montréal et Paris, 1991. p. 96-98.

Gilbert Renaud, *Les enjeux liés à la naissance du Réseau de l'information (SRC)*, allocution prononcée au congrès Communications 1995, le 7 juin 1995, organisé par la revue Qui fait quoi? à l'hôtel du Parc à Montréal, 7 pages.

Télé-Métropole, *Rapports annuels*, Montréal, 1992, 1993, 1994.

### Émissions de radio et de télévision

Émission de radio *Les affaires et la vie* diffusée à Radio-Canada samedi le 20 avril 1996. Reportage sur la famille Pouliot. Transcription par l'auteur.

Audience publique du CRTC tenue à Montréal les 3, 4 et 5 décembre 1996 portant sur l'offre d'achat de Télévision Quatre-Saisons et Cf Cable TV par Vidéotron. Transmission de l'audience sur le canal CPAC. (canal 33 pour les abonnés de Vidéotron) et enregistrée par l'auteur.