

2m 11.2820.1

Université de Montréal

Télévision et culture canadienne : une analyse  
documentaire des activités du CRTC entre 1993 et 1998

Par  
Geneviève Grimard  
Département de communication  
Faculté des arts et sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures  
en vue de l'obtention du grade de

Maître ès sciences (M. Sc.)  
en sciences de la communication

Août 2000

© Geneviève Grimard, 2000



P

90

U54

2000

v.014

Université de Montréal  
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :

Télévision et culture canadienne : une analyse  
documentaire des activités du CRTC entre 1993 et 1998

présenté par :

Geneviève Grimard

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes

Président-rapporteur : Milton Campos

Directeur de recherche : Marc Raboy

Membre du jury : Daniel Robichaud

Mémoire accepté le : 15.09.2000

## Sommaire

Ce mémoire porte sur les activités de surveillance et de réglementation du CRTC relativement à la promotion de la culture canadienne à l'écran. Dans un premier temps, il se fonde sur les grands courants d'étude s'étant intéressés aux relations possibles entre la télévision et la société en insistant sur l'apport des études critiques et ce, pour mettre en évidence la mission culturelle de la télévision. Ensuite, à l'aide d'une revue de littérature, il démontre que des perturbations surviennent actuellement dans le système de télévision canadien. Puisque ces perturbations risquent d'aller à l'encontre des objectifs culturels de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, la nécessité de s'assurer que le système continue de promouvoir et de renforcer l'identité canadienne dans les années à venir est exposée. Les deux grandes questions qui surviennent alors sont les suivantes : de quelle façon le CRTC ajuste-t-il ses politiques en matière de télévision, de façon à répondre aux objectifs culturels qui lui sont attribués? De quelle façon ajustera-t-il ses politiques dans l'avenir face à la même question?

Pour répondre à ces interrogations, ce mémoire étudie les activités du CRTC entre juin 1993 et mai 1998, deux grands moments de l'histoire récente où le Conseil a procédé à l'examen de ses méthodes de régulation relativement à la télévision canadienne. La méthode de recherche utilisée dans cet ouvrage est l'analyse documentaire qualitative. Celle-ci se fonde sur des documents officiels - des avis publics, un rapport et une décision - touchant une part essentielle de l'industrie télévisuelle et publiés par le CRTC au cours de la période de temps étudiée. Ces documents révèlent un certain nombre de sujets privilégiés par le CRTC, lesquels sont classés dans deux catégories distinctes : les grands dossiers et les dossiers ponctuels. Ils sont analysés à l'aide d'un cadre de référence composé de grands thèmes et de sous-thèmes. Les grands thèmes représentent en fait cinq grands facteurs influençant les décisions que prend le CRTC relativement à la télévision. Il s'agit des facteurs économiques, technologiques, sociaux, géographiques et démographiques.

Cette étude amène à la conclusion suivante : le CRTC ne procède pas à une dérégulation du système de télévision canadien. Il réorganise plutôt ses mesures en fonction

de critères économiques, misant pour une large part sur une industrie privée solide afin d'assurer l'épanouissement de la culture canadienne à l'écran. Dans le nouvel environnement marqué par l'évolution rapide des technologies ainsi que par la globalisation grandissante, l'attitude adoptée par le CRTC envers l'industrie semble suivre cinq grands critères : la concurrence, la protection, la souplesse, la collaboration et la complémentarité. Dans les années à venir, il semble que la dimension technologique aura encore plus d'impact sur les décisions du CRTC envers la culture alors que les nouvelles possibilités liées à la compression vidéo numérique conféreront aux Canadiens un meilleur contrôle sur le choix des contenus, leur horaire de diffusion et leur mode de distribution. Le CRTC devra donc réévaluer ses mesures de régulation en conséquence, notamment en ce qui a trait aux règles sur le contenu canadien.

## Table des matières

Identification du jury	ii
Sommaire	iii
Remerciements	viii
Introduction	1
Chapitre 1	4
<i>Le cadre théorique et la problématique</i>	
1.1 Le système de télévision canadien : exposé de sa situation	4
1.1.1 Le CRTC et les politiques reliées à la télévision	6
1.2. Les études sur la télévision	8
1.2.1 Les études behavioristes et fonctionnalistes	9
1.2.2 Les études critiques	11
1.2.2.1 Les études critiques culturelles	13
A. L'influence de la télévision sur la culture	15
B. Le concept de culture	17
1.2.2.2 L'économie politique des communications de masse	18
1.2.3 Des ouvrages critiques portant sur les politiques de communication	21
1.2.3.1 Quelques publications récemment produites	22
A. Des études fondées sur l'histoire	23
B. Des études de cas	27
1.2.3.2 Des études pour le compte d'organismes publics	31
1.3 Synthèse	33
Chapitre 2	34
<i>La méthodologie</i>	
2.1 Notre positionnement face au cadre théorique	34
2.2 Notre étude : description et retombées	35
2.3 La méthode d'enquête et l'univers d'observation	36
2.4 Un cadre de référence à l'analyse	38
2.5 Le corpus	39
2.5.1 Le choix et la collecte des documents	39
2.6. La technique d'analyse utilisée pour recueillir les données	41
2.7 Synthèse	42
Chapitre 3	44
<i>Un prélude à l'analyse</i>	
3.1 Qu'est-ce qu'une politique?	44
3.2 Les éléments qui influencent les actions des autorités politiques	45
3.3 Les stratégies canadiennes en matière de télévision	48

3.4 La structure législative du système de télévision canadien	50
3.4.1 La <i>Loi sur la radiodiffusion</i>	51
3.4.2 Les grands concepts tels que définis par les autorités gouvernementales	53
3.5 Le CRTC	55
3.5.1 Son rôle	55
3.5.2 Ses activités	56
3.5.2.1 Les règles sur le contenu canadien	58
3.5.3 Ses priorités	63
3.5.4 Les critiques à son égard	64
3.6 Synthèse	65
Chapitre 4	67
<i>Promouvoir la culture canadienne en misant sur la technologie et l'économie</i>	
4.1 Les politiques du CRTC entre 1993 et 1998	67
4.1.1 La régulation et les progrès technologiques	69
4.1.2 La régulation et la concurrence	73
4.1.2.1 L'internationalisation des communications	77
4.1.2.2 Les alliances entre les entreprises	79
4.1.3 La régulation et la complémentarité	81
4.2 Synthèse	82
Chapitre 5	83
<i>La restructuration de l'industrie télévisuelle</i>	
5.1 Les producteurs canadiens	83
5.1.1 Les fonds de production d'émissions canadiennes	84
5.1.2 Les ententes de coproduction avec l'étranger	88
5.2 Les programmeurs canadiens	89
5.2.1 Les télédiffuseurs privés conventionnels	90
5.2.2 La Société Radio-Canada	93
5.2.3 Les programmeurs spécialisés et payants	100
5.2.3.1 Le facteur économique restreignant l'octroi de nouvelles licences	101
5.2.3.2 Le facteur technologique restreignant l'octroi de nouvelles licences	103
5.2.3.3 Les revenus publicitaires des programmeurs spécialisés	106
5.3 Les nouveaux types de services	106
5.3.1 Les services de vidéo sur demande (VSD)	107
5.3.2 Les services de jeux vidéo	109
5.3.3 Les services de télé-achat	110
5.3.4 Les systèmes de distribution multipoint (SDM)	110
5.3.5 Les entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD)	111
5.4 Les télé distributeurs	111
5.4.1 L'arrivée de nouveaux distributeurs	112
5.4.2 Les coentreprises	114
5.4.3 Les règles de distribution, d'accès et d'assemblage	114

5.4.3.1 Une règle pour éviter les préférences indues	117
5.4.3.2 La distribution des services étrangers	117
5.4.4 L'abordabilité des services de distribution	120
5.4.5 Les contributions des distributeurs à la programmation canadienne	121
5.5 Synthèse	123
Chapitre 6	125
<i>La discussion et l'interprétation</i>	
6.1 Les réponses aux questions posées	125
6.1.1 <i>Comment le CRTC ajuste-t-il ses politiques en matière de télévision dans le système actuel, de façon à répondre aux objectifs culturels qui lui sont attribués?</i>	125
6.1.1.1 La concurrence	126
6.1.1.2 La protection	127
6.1.1.3 La souplesse	128
6.1.1.4 La collaboration	128
6.1.1.5 La complémentarité	129
6.1.2 <i>Comment le CRTC ajustera-t-il ses politiques culturelles dans l'avenir ?</i>	130
6.2 L'apport et la pertinence de la recherche en regard du contexte théorique	133
6.3 Un retour sur les activités du CRTC depuis la période étudiée	135
6.3.1 Les dossiers importants	136
6.3.2 Les autres dossiers	139
6.4 Synthèse	142
Conclusion	144
Bibliographie	155
Annexes	ix
Annexe I – Le cadre de référence à l'analyse	ix
Annexe II – Le CRTC : les grands événements, juin 1993 à mai 1998	x
Annexe III – Le corpus d'analyse	xviii
Annexe IV – Les documents officiels complémentaires	xxiv

## Remerciements

Je remercie M. Marc Raboy, mon directeur de recherche, pour son appui et ses bons conseils tout au long de mon processus de recherche. Je tiens à lui exprimer ma profonde gratitude pour les opportunités académiques et professionnelles offertes tout au long de mon cheminement à la maîtrise. Ces expériences ont largement contribué à accroître mes connaissances et mon intérêt pour les institutions médiatiques au Québec et au Canada.

De mon entourage, je tiens à remercier mes parents, Gaëtane et Théo, pour leurs encouragements ainsi que pour le soutien constant dont ils m'ont gratifié et ce, à tous les niveaux.

Un merci tout particulier à Cédric, qui m'a accompagné dans les bons moments comme dans les instants plus difficiles entourant mes études de deuxième cycle.

J'adresse également mes remerciements au Groupe COGECO, à la Faculté des études supérieures ainsi qu'à l'entreprise Télémédia, qui, par leurs contributions financières, m'ont permis de mener ce travail à terme. En plus de représenter un important soutien financier, les bourses *Henri-Audet/FES* et *Télémédia* ont été pour moi un grand support moral tout au long de la préparation de ce mémoire.

## Introduction

De manière générale, les contenus véhiculés par les médias de masse façonnent l'identité des citoyens en transmettant un savoir, des idées, des coutumes et des pratiques (Attallah, 1993). Dès l'entrée en scène de la télévision au Canada, les autorités politiques du pays, partagées entre une conception de ce média fondée sur l'unité nationale et une autre reposant sur le commerce, ont trouvé important que le système de télévision serve avant tout au soutien et à la promotion de la culture canadienne (Filion, 1993). Aujourd'hui, l'industrie de la télévision canadienne est composée principalement des programmeurs publics et privés, des télédiffuseurs, des producteurs et des annonceurs. Devant les différentes forces qui s'opposent, un organisme qui porte le nom de Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) surveille et réglemente l'industrie afin de faire respecter les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* (Chap. 11 des statuts du Canada, 38-39 Elizabeth II).

Ce mémoire s'intéresse aux mesures de régulation<sup>1</sup> du CRTC. De façon plus précise, cette étude porte sur l'évolution des activités de surveillance et de réglementation du Conseil pour le secteur de la télévision canadienne au cours des dernières années. Notre objectif est d'explorer la façon dont le Conseil ajuste ses politiques relatives à la télévision, de manière à répondre efficacement aux objectifs culturels qui lui sont conférés par la Politique canadienne de radiodiffusion (Article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*, 1991) et ce, afin de définir son orientation face au nouveau contexte réglementaire. Pour ce faire, nous nous sommes intéressés à l'évolution des dossiers touchant à la télévision canadienne. Pour nous aider, nous avons analysé une partie des documents officiels relatifs à la télévision et publiés par le Conseil entre 1993 et 1998. Ces documents, écrits sous forme de rapports, d'avis publics et de décisions, ont été choisis relativement à leur importance en regard du sujet qui nous intéressait. Pour compléter notre analyse, nous avons examiné des documents officiels ayant été publiés par des acteurs extérieurs au CRTC, soit le gouvernement du Canada, des programmeurs, des télédiffuseurs, des créateurs, etc.

---

<sup>1</sup> Le terme « régulation » englobe la réglementation et d'autres mesures tels que les propositions, les engagements, les énoncés de politique ou les conditions de licence, qui peuvent être pris pour assurer le bon fonctionnement du système de télévision canadien.

Trois éléments peuvent être exposés pour établir la légitimité de cette recherche. D'abord, mentionnons que la télévision canadienne est en profonde mutation alors que différents facteurs technologiques, économiques, politiques et sociaux bouleversent le système de radiodiffusion. Pour que ces transformations n'aillent pas à l'encontre des objectifs culturels de la Politique canadienne de radiodiffusion, des études approfondies examinant la régulation du système sont essentielles. Dans ce contexte, une revue des politiques adoptées par le CRTC est nécessaire. Notons que le Conseil a récemment procédé à l'examen complet de sa politique sur la programmation télévisuelle canadienne afin de s'ajuster au nouvel environnement (CRTC, 6 mai 1998). En effet, il a effectué des consultations publiques en vue de revoir les différentes composantes du système et ainsi ajuster ses mesures de régulation. Néanmoins, aucune partie de cet examen du Conseil n'a été fondée sur une analyse rétrospective, d'où l'originalité de notre étude. En dernier lieu, malgré de nombreuses critiques émises à l'égard du CRTC, notons qu'aucune étude approfondie n'a été effectuée, récemment, sur les activités de cet organisme public.

Le chapitre qui suit présente le cadre théorique et la problématique entourant notre recherche. En fait, il situe l'étude dans son contexte social et identifie les grandes questions qui persistent au fil des années face au système de télévision canadien. Aussi, il présente trois grands courants de recherche s'étant intéressés aux études sur la télévision, en prenant soin de discuter de quelques ouvrages significatifs se rapportant au système. À l'intérieur du chapitre deux, les éléments méthodologiques sont mis en lumière. En fait, après nous être positionnés par rapport au cadre théorique, nous exposons les retombées de notre étude, puis, enchaînons avec la présentation de la méthode de recherche utilisée pour recueillir nos données. Ainsi, les caractéristiques de l'analyse documentaire utilisée sont abordées. Suit alors le chapitre trois, qui répond à trois questions d'ordre général, tout en exposant la structure du système de télévision et en définissant les grands concepts relatifs à notre étude. Ce chapitre conduit à l'analyse des données constituant notre corpus. En fait, l'analyse se décompose en trois sections. Au cours des chapitres quatre et cinq, les grandes orientations du CRTC sont exposées, puis illustrées. Ensuite, au chapitre six, une section de discussion et d'interprétation nous permet de répondre à notre questionnement de départ et de revenir sur le contexte théorique et social entourant notre étude. Ce faisant, il nous est ensuite possible de faire ressortir les grandes conclusions de l'analyse, d'établir la

pertinence de notre recherche sur la société canadienne et finalement, d'indiquer ses limites.

## Chapitre 1

### *Le cadre théorique et la problématique*

Dans les pages qui suivent, nous exposerons d'abord la situation dans laquelle évolue le système de télévision canadien. Cette présentation nous permettra d'introduire les questions générales qui ont guidé notre analyse. Nous enchaînerons ensuite avec les études s'étant intéressées aux relations possibles entre la télévision et la société. Ainsi, après avoir décrit et discuté des caractéristiques du béhaviorisme et du fonctionnalisme, nous aborderons les études critiques en communication. À ce moment, les *Cultural studies* seront présentées de façon à démontrer le pouvoir d'influence de la télévision sur la société. Ceci, nous permettra de décrire le rôle social de la télévision en insistant sur sa mission culturelle. Notre intérêt pour les relations entre la télévision et la culture nous poussera alors à définir le concept de « culture » tel que nous le concevons dans cette recherche. Suite à cela, nous aborderons l'économie politique des communications de masse. Nous verrons que ce courant de recherche centre son attention sur l'organisation des institutions médiatiques au sein de la société, sur les relations de pouvoir et les changements affectant ces relations en plus d'influencer la culture diffusée. Nous terminerons finalement cette section avec des exemples d'études critiques portant sur la régulation de la télévision, en prenant bien soin d'en exposer les points forts et les limites.

#### **1.1 Le système de télévision canadien : exposé de sa situation**

Le Canada est une société industrielle qui s'étend sur un vaste territoire, composé de régions urbaines et de zones quasi désertiques. Dans cet environnement fondé sur les lois du marché, on retrouve un système télévisuel mixte, composé d'entreprises privées et d'entreprises publiques, évoluant dans un univers à deux principaux secteurs linguistiques, soit un marché anglophone et un autre francophone. Au sein de cet environnement gravitent de multiples services de télévision conventionnels et spécialisés offrant des contenus canadiens et étrangers. La complexité de ce paysage et les différents intérêts opposants les principaux acteurs impliqués, qu'ils soient programmeurs, distributeurs, producteurs, annonceurs ou uniquement auditeurs, poussent l'État à contrôler le système par l'intermédiaire d'une agence de réglementation, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

Le système de télévision canadien n'est pas le seul à être régulé. En fait, les autorités politiques de chaque société définissent, en fonction des objectifs qu'ils entrevoient pour leur pays, des principes réglementaires que les individus œuvrant dans le secteur de la télévision doivent respecter. En conséquence, certains systèmes de télévision se développent principalement selon les lois du marché alors que d'autres sont largement dominés par les pouvoirs publics. Néanmoins, chaque société voit évoluer son système de télévision, ce qui mène à des remises en question, lesquelles s'opèrent à l'échelle internationale. Avec l'évolution du système, les objectifs changent et certaines mesures deviennent inefficaces. Ainsi, dans chaque société, un questionnement d'ordre général renaît sans cesse avec chaque grand moment de l'évolution de la télévision. En fait, les questions qui reviennent sont les suivantes : pourquoi réguler la télévision (dans quels buts)? Que faut-il réguler pour atteindre ces objectifs (quels aspects devraient faire l'objet de la régulation)? Comment peut-on réguler ces aspects afin d'atteindre les objectifs désirés (par quels moyens, par quelles mesures)?

L'environnement télévisuel canadien se transforme donc au gré des nouveaux éléments qui viennent s'y greffer. Ces éléments, responsables des changements, ont un impact sur les contenus diffusés, lesquels influencent à leur tour la culture de l'auditoire. Laisées à elles-mêmes, ces transformations du paysage télévisuel canadien risqueraient de perturber l'ordre établi par l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion* (1991, Chapitre 11 des Statuts du Canada, Elizabeth II) qui définit les objectifs culturels que doit poursuivre le système et qui fixe, par le fait même, le mandat de l'organisme chargé d'en assurer le contrôle. En conséquence, l'évolution continue du système de télévision fait sans cesse renaître les mêmes questions : Quels sont les changements qui surviennent à présent dans le système de télévision? Comment ceux-ci influencent-ils la culture canadienne? Comment le CRTC y réagit-il et comment y réagira-t-il dans l'avenir?

Des réponses aux interrogations qui viennent d'être posées apparaissent à la suite d'études sur le sujet. En fait, la littérature récente portant sur le système de télévision nous donne déjà un aperçu partiel des transformations actuelles. Les développements technologiques contribuent à l'abolition des frontières entre les territoires et à l'accroissement de la compétition tant au niveau national qu'international. Cette tendance à

la mondialisation des communications ouvre davantage la porte aux cultures étrangères et plonge notamment les téléspectateurs canadiens, friands d'émissions de qualité, dans une culture fortement américanisée. De plus, le secteur public, au service des intérêts culturels et sociaux, perd du pouvoir alors que les canaux de télévision privés, tournés vers le profit, se multiplient. Ces conditions poussent les institutions publiques à s'en remettre davantage à des méthodes commerciales comme la publicité, pour continuer d'offrir des contenus attirant l'auditoire. Ajoutons à cela les subventions gouvernementales qui ne cessent de décroître ainsi que les auditoires qui ont tendance à se fragmenter, provoquant par le fait même une fragilisation de la situation économique des diffuseurs canadiens. Dans ce nouvel environnement, les programmeurs cherchent différents moyens pour conserver l'auditoire, en passant par l'innovation en matière de programmation, aux relations internationales pour la production.

### **1.1.1 Le CRTC et les politiques reliées à la télévision**

Avec le temps, les changements qui se manifestent dans le paysage télévisuel se répercutent sur les fondements de la *Loi sur la radiodiffusion*. Avec eux, ils entraînent la naissance de nouveaux objectifs culturels tandis que d'autres tombent en désuétude. Il devient alors nécessaire pour les autorités publiques de réviser les fondements de la Loi ainsi que les mesures de régulation employées pour en assurer l'application. Ces dernières se partagent entre 1) la réglementation qui assure le maintien du pluralisme culturel et la diversité médiatique tant au niveau du nombre de programmeurs qu'au niveau des contenus de la programmation et 2) la supervision qui assure, quant à elle, la liberté d'expression et l'autonomie des entreprises œuvrant dans le domaine de la télévision.

Les bouleversements du système retiennent alors l'attention du Conseil qui cerne les aspects touchés nécessitant d'être passés en revue de façon prioritaire. Peu à peu, il ajuste ses mécanismes de régulation en conséquence en s'efforçant de traduire l'essence de la *Loi sur la radiodiffusion*. De ce fait, il cherche à ériger un système de propriété principalement canadien servant à sauvegarder, à enrichir et à raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada. Aussi, il voit à ce que le réseau public de Radio-Canada offre un service qui « renseigne, éclaire et divertit » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, chapitre 11 des Statuts du Canada, 38-39 Elizabeth II). En fait, chaque mesure mise en

vigueur rencontre des objectifs particuliers. Lorsque ceux-ci sont regroupés, ils reflètent alors l'ensemble des principes établis par la Loi. Finalement, pour parvenir à cerner et à comprendre les tendances qui se dessinent en matière de régulation de la télévision, il est utile de connaître les objectifs actuels du Conseil et à ses préoccupations face à l'avenir.

De façon périodique, le CRTC procède à l'examen complet de ses politiques par l'intermédiaire de consultations publiques. Cependant, ce processus est long et fastidieux. Aussi, l'écart de temps entre deux examens de ce type s'étend sur plusieurs années et ce, malgré les nombreuses transformations qui s'immiscent dans le système. Au moment où débutait notre étude, le Conseil annonçait son intention de procéder au remaniement de sa politique sur la télévision canadienne (CRTC, 6 mai 1998). Un an plus tard, il déposait ses conclusions relativement à cette question, exposant les procédures qu'il appliquerait dorénavant en matière de protection et de soutien à la culture canadienne (CRTC, 11 juin 1999). Certains auteurs s'inquiètent du bien-fondé réel de ce type d'examen. Les activités de surveillance et de réglementation du Conseil reflètent-elles réellement les objectifs inscrits dans ses politiques? (Hoffman-Riem, 1996; Caplan, Sauvageau et al., 1986). À ce sujet, le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion écrivait justement en 1986 :

« Il n'y a de politique possible que si l'État a la ferme volonté d'appliquer intégralement la loi, c'est-à-dire de veiller au respect strict des droits et obligations conçus pour la mettre en œuvre. Une réglementation sans cesse transgressée ou administrée avec inconstance est franchement inutile. (...) Proclamer des principes n'est donc pas suffisant, il faut passer aux actes. (...) Qu'une règle soit inadaptée n'en justifie pas la transgression. Le remède à l'usure des règles est ailleurs, dans la surveillance attentive de leur fonctionnement et le recours à un mécanisme permanent de mise à jour » (Caplan, Sauvageau et al., 1986, p. 203).

Aussi, même si le CRTC effectue, à l'occasion, la révision de ses procédures, il est également nécessaire que des études soient réalisées de l'extérieur afin d'assurer l'indépendance des auteurs en regard du Conseil, et par le fait même, leur objectivité en regard du système réglementaire actuel.

Les objectifs spécifiques qui poussent le CRTC à réguler, les aspects du système qui attirent davantage son attention et les mécanismes réglementaires qu'il emploie évoluent au rythme des transformations survenant dans le paysage télévisuel. Aussi, il est difficile de cerner précisément les réformes qui s'annoncent en matière de régulation car celles-ci sont

apportées graduellement et non de façon abrupte (Hoffman-Riem, 1996 ; Caplan, Sauvageau et al., 1986). Pourtant, l'industrie télévisuelle devrait bénéficier de ce type d'information pour être en mesure d'ajuster ses méthodes et ses stratégies en fonction des nouvelles réalités qui se dessinent. En fait, c'est toute la communauté desservie par la télévision qui pourrait bénéficier de ce type d'information. C'est pourquoi, nous estimons que des études portant sur le sujet devraient constamment être mises à jour. Nous venons donc d'établir la nécessité manifeste et continue d'études touchant à la régulation de la télévision canadienne. Cependant, les constatations qui viennent d'être émises n'appuient pas seulement la réalisation d'études approfondies sur la régulation de la télévision. En fait, elles favorisent la présence de recherches, centrées sur les activités du CRTC, avec un point de vue posé également sur le contexte extérieur, de façon à tenir compte des deux facettes du sujet.

## **1.2 Les études sur la télévision**

Suite à la première guerre mondiale, les médias prennent de l'ampleur. Le besoin se fait alors sentir pour plusieurs chercheurs d'en évaluer l'impact sur la société (Martin, 1991). Ainsi, à travers l'histoire, selon le contexte politique et culturel du moment, les courants se succèdent et de nombreux ouvrages portant sur la télévision sont rédigés (Rieffel, 1995 ; Bélanger, 1988). Dans la section qui suit, nous traiterons des effets de la télévision tels que perçus par les penseurs de divers courants et ce, dans trois périodes différentes mais continues de l'histoire (McQuail, 1987; Rieffel, 1995). Parmi les modèles dominant les études sur les médias de masse, nous examinerons d'abord les courants behavioriste et fonctionnaliste, lesquels, en arrivent à des conclusions opposées malgré des intérêts de départ communs (Attallah, 1991). Nous enchaînerons par la suite avec le courant des études critiques, que nous diviserons en deux champs soit les études culturelles et l'économie politique des communications de masse. Face aux différents courants de recherche, il est important de mentionner que les études sur les médias de masse ont un caractère interdisciplinaire. En réalité, les courants de recherche dans lesquels s'inscrivent les auteurs sont aussi nombreux que les disciplines s'intéressant aux médias de masse (sociologie, psychologie sociale et cognitive, anthropologie, ethnologie, sciences politiques, etc.). Cependant, suivant l'évolution de l'histoire, les trois courants de recherche

mentionnés plus haut semblent être ceux qui ont apporté le plus de contributions à l'égard de notre sujet d'étude. C'est pourquoi nous nous y limiteront dans le cadre de ce mémoire.

### **1.2.1 Les études behavioristes et fonctionnalistes**

La première phase du débat autour des effets des médias débute avec la fin de la première guerre mondiale et se termine vers la fin des années 1930 (Rieffel, 1995; McQuail, 1987). Le behaviorisme domine alors les croyances et le modèle américain du Stimulus-réponse de Lasswell, fondé pour une large part sur l'observation, s'emploie à démontrer la force et le pouvoir d'influence prédominant des médias sur une population soumise et dépendante (Attallah, 1991 et 1993). En fait, les auditeurs sont considérés comme étant passifs et déterminés par la télévision donc incapables de décider de leurs propres besoins. Ainsi, le behaviorisme favorise le contrôle de l'État, à la fois sur les contenus diffusés et sur la propriété des entreprises de radiodiffusion (Attallah, 1991; Trudel et Abran, 1991). Des règlements et des mesures de surveillance sont ainsi mis en place, entre autres par crainte de la subordination des auditeurs canadiens à la production américaine (Filion, 1993). De ce fait, l'utilisation des mesures législatives vient rapidement freiner l'esprit capitaliste et le libre marché au niveau des industries télévisuelles (Attallah, 1991).

Vers la fin des années 1930, une nouvelle phase est introduite alors que des sociologues américains, dont Lazarsfeld, se penchent davantage sur les besoins de l'auditoire plutôt que sur le pouvoir des médias. Le fonctionnalisme fait alors son entrée pour se développer avec force jusqu'au début des années 1960. Insatisfaits des conclusions behavioristes, les penseurs de la sociologie fonctionnaliste des médias s'emploient à démontrer, à l'aide de méthodes d'enquête tels le sondage, le questionnaire et les cotes d'écoute, que l'individu reste un être libre et autonome devant les effets limités des médias (Attallah, 1991; Martin, 1991; Rieffel, 1995). En fait, les auteurs de ce courant ne réfutent pas tout à fait l'idée de l'influence des médias mais ils considèrent que les réseaux de relations interpersonnelles, intermédiaires entre l'auditeur et le média, ont des impacts plus déterminants sur la construction de l'identité d'un individu (voir Blumler et McQuail, 1968, discuté dans McQuail, 1987; Attallah, 1991). Selon eux, «les médias ne sont, en réalité, qu'un élément parmi d'autres qui interviennent dans les choix et les attitudes des

individus (...)» (Rieffel, 1995, p. 184). Ainsi, le fonctionnalisme, contrairement au béhaviorisme, rejoint les intérêts des propriétaires des médias de masse et l'intervention étatique est perçue comme étant inutile (Attallah, 1991; Martin, 1991).

À l'époque fonctionnaliste, le courant connaît une deuxième phase alors que des auteurs comme Merton et Wright centrent davantage leur attention sur des aspects psychologiques en développant le modèle des Usages et Gratifications. Tout comme les penseurs de la sociologie fonctionnaliste, ils considèrent les médias comme étant faibles mais également dépendants des désirs et des besoins des consommateurs, de là leur existence (Attallah, 1991).

« Le problème fondamental de la relation médias/société n'en était plus un de manipulation, mais de séduction. Les médias, ne s'emparant plus de l'attention publique par la manipulation, devaient désormais tenter de la gagner par la séduction et la gratification » (Attallah, 1991, p. 60).

D'après cette deuxième tranche de fonctionnalistes, l'offre doit être grande pour arriver à séduire les différents auditoires en comblant des besoins tout aussi différents. Par conséquent, les institutions médiatiques, et notamment les stations de télévision, doivent être nombreuses et variées de façon à assurer une pluralité de choix garantissant la démocratie (Attallah, 1991). Ainsi, les fonctionnalistes des Usages et Gratifications, tout comme leurs prédécesseurs, favorisent le libre marché capitaliste plutôt que l'encadrement étatique comme mécanisme réglementaire (Attallah, 1991).

Les modèles béhavioriste et fonctionnaliste comportent certaines lacunes. Parmi celles-ci, on peut considérer leur tendance à s'attarder principalement aux aspects psychologiques, en minimisant d'autres dimensions, pour justifier l'état des auditeurs (Attallah, 1993). Aussi, une autre lacune majeure est sans conteste l'isolement du sujet d'analyse par rapport aux contextes économique, politique, idéologique et culturel dans lequel il évolue (Martin, 1991). Pour combler cette faiblesse, nous aborderons maintenant le courant dominant la troisième phase des débats entourant les effets des médias, c'est-à-dire, les études critiques. Celles-ci, contrairement aux deux écoles précédentes qui perçoivent la relation entre le public et les médias comme étant à sens unique, conclut

plutôt que ce rapport est fondé sur l'interaction de plusieurs éléments (Martin, 1991; Martin et Proulx, 1995) :

« Cette relation répond à une dynamique entre publics et télévision, dynamique qui se modifie avec le temps, étant influencée par les changements technologiques, les nouveaux courants culturels ou idéologiques et les conditions socio-économiques d'une société, ainsi que par les régimes politiques en place » (Martin et Proulx, 1995, p. 3).

L'apport des études critiques pour notre recherche nous porte à leur accorder une importance plus grande dans les pages qui suivent.

### 1.2.2 Les études critiques

C'est à partir des années 1960, avec le développement de l'audiovisuel et la montée en popularité de la télévision, plus particulièrement au niveau des débats politiques, que l'on voit apparaître un regain d'attention pour les effets potentiels des contenus médiatiques sur l'opinion publique et sur la diffusion des idées. À ce moment-là, les théories concluant aux effets puissants des médias, parmi lesquelles on retrouve les études critiques, reprennent du terrain (Rieffel, 1995). Développées par des chercheurs essentiellement européens, les études critiques détrônent rapidement les modèles empiristes américains (Martin et Proulx, 1995).

Tout comme les penseurs de l'École de Francfort, les chercheurs inscrits dans le courant critique moderne conçoivent les médias de masse, et notamment la télévision, comme des entreprises de production de contenus, dirigées par des capitalistes, pour des objectifs commerciaux. Face à la montée de l'économie de marché et devant le monopole de la classe dominante sur le contrôle des médias, les penseurs critiques perçoivent un danger pour la culture (Martin, 1991; McQuail, de Mateo, Tapper, 1992). En fait, dans cet environnement dominé par l'économie de marché, le public n'aurait pas de contrôle sur les contenus médiatiques. Néanmoins, il y trouverait un semblant d'autonomie via sa capacité d'interpréter les messages diffusés (Martin, 1991; Martin et Proulx, 1995).

En ce qui a trait aux types d'analyses, les penseurs critiques utilisent des approches variées, passant de l'analyse culturelle de textes, aux études sur la réception (Kellner,

1995). En fait, la diversité au niveau des champs d'intérêts explique pourquoi il n'existe pas une approche critique particulière face aux médias (Martin et Proulx, 1995). Dans les études centrées sur les effets des médias de masse sur la culture, les chercheurs s'interrogent par exemple sur le pouvoir des forces sociales comme élément de développement des médias de masse. Ils cherchent également à comprendre de quelle façon les contenus médiatiques reflètent et influencent la société (Martin, 1991). Pour trouver des réponses à leurs questions de recherche, ces spécialistes procèdent en insérant les médias dans leurs conditions sociales de développement, lesquelles sont « spécifiques à un type de société, à une époque, à un lieu » (Martin, 1991, p. 133). Pour ce faire, ils tiennent compte des facteurs politiques, économiques, idéologiques, sociaux et culturels, lesquels interagissent pour influencer l'organisation et le fonctionnement des médias et donc, les contenus qu'ils produisent et diffusent. À leur tour, les contenus diffusés influencent la culture de la société en véhiculant des valeurs (Martin, 1991; 1995). La technologie assurant la communication, les contenus de la communication, l'espace physique dans lequel se situent les acteurs en interaction et la structure des rapports entre ces différents acteurs sont des exemples illustrant la notion d'éléments contextuels intéressant les penseurs critiques (Laramée, 1989; Martin et Proulx, 1995).

Le courant critique des années 1960 se divise en deux principales approches sur lesquelles nous nous pencherons dans les paragraphes qui suivent. D'abord, les Études critiques culturelles (ou *Cultural Studies*), prolongements des études de l'École de Francfort, s'intéressent davantage à la circulation des significations dans les sociétés industrielles (voir Fiske, 1987, discuté dans Babe, 1995). Elles nous permettront d'examiner le pouvoir d'influence des contenus télévisuels sur l'auditoire, en abordant, par le fait même, le rôle social de la télévision. Ensuite, l'économie politique des communications de masse, moins centrée sur les contenus, présume plutôt que les institutions dominantes diffusent des messages qui maintiennent et étendent leur hégémonie (Babe, 1995). Les grandes lignes de ce courant exposées, nous serons alors en mesure de saisir à quel point il est important d'étudier la structure sociale d'un système en constante évolution.

### 1.2.2.1 Les études critiques culturelles

Les études critiques culturelles modernes prennent racine au *Centre for Contemporary Cultural Studies* à l'Université de Birmingham en Grande-Bretagne (Ferguson et Golding, 1997, p. xv). L'objectif de ce type d'études est d'évaluer et d'émettre des critiques par rapport aux conditions culturelles de l'heure (voir Ang, 1990, discuté dans McQuail, 1997b). Les premières influences sur ce courant de pensée sont Williams, Hoggart et Thompson qui, à l'aube des années 1960, réalisent des ouvrages portant sur la construction de la culture par l'individu. Ils relatent que chaque personne, au sein de la société, prend appui sur diverses ressources provenant entre autres de l'état, de l'école et des médias, tout en étant influencée par les forces dominantes (voir Williams, 1958, discuté dans Kellner, 1995; voir Williams, 1962, discuté dans Kellner, 1995; voir Hoggart, 1958, discuté dans Kellner, 1995; voir Thompson, 1963, discuté dans Kellner, 1995). Ne niant pas le pouvoir d'influence des médias au niveau culturel, les auteurs continuent d'insister davantage sur les relations ainsi que sur les structures sociales, politiques et économiques particulières entourant les médias, comme ayant un impact plus significatif sur la construction de l'identité des individus et sur leurs rapports aux médias (voir Blumler and McQuail, 1968, discuté dans McQuail, 1987; Kellner, 1997; McQuail, 1997b). Ainsi, ils observent la façon dont les produits culturels, notamment en provenance des médias, provoquent la subordination de certaines classes ou races sur d'autres et du même coup, la résistance des individus à cette domination sociale (Kellner, 1995). D'un autre côté, les classes au pouvoir sont les seules à avoir la capacité économique ou politique pour contrôler la diffusion des contenus médiatiques, bref, des idées véhiculées (Martin, 1991). Finalement, comme nous venons de l'illustrer avec l'exemple qui précède, ces penseurs britanniques prennent soin d'insérer la culture dans son contexte social de production et de consommation en n'oubliant pas de considérer les changements sociaux en cours (Mattelart et Mattelart, 1995). Notons également que les *Cultural Studies* sont les premières, avec Williams (1974; discuté dans Martin, 1991), à insérer les moyens de communication dans leur contexte historique. Cette façon de procéder permet, entre autres, à l'auteur d'expliquer « les problèmes d'accès aux médias et de contrôle de leur production » (Martin, 1991, p. 93).

Puisqu'elles se sont développées dans la tradition des études concluant aux effets des médias sur les auditoires passifs, les recherches issues des *Cultural studies* s'intéressent particulièrement à la réception que fait l'auditoire du message à travers le média plutôt que sur la production de ce message (McQuail, 1992 ; Kellner, 1997; Mosco, 1996; Lull, 1995). Néanmoins, elles posent des limites au pouvoir des médias sur l'auditoire (Lull, 1995). Parmi les différents chercheurs ayant contribué au développement et à l'évolution des Études critiques culturelles portant sur les effets potentiels des contenus médiatiques sur l'auditoire ainsi qu'à la signification de ces contenus, notons l'apport de Stuart Hall (1980). En effet, sa théorie de l'encodage/décodage insiste sur la possibilité pour l'auditeur d'effectuer une lecture (ou décodage) différente du message produit (ou encodé) par une entreprise médiatique. Ainsi, contrairement aux affirmations des penseurs de l'École de Francfort, la théorie de l'encodage/décodage conclut que l'auditoire est actif devant les messages culturels qui lui arrivent et qu'il y a toujours la possibilité d'une multiplicité de lecture de l'ensemble des textes à l'intérieur de la culture médiatique (voir Hall, 1980, discuté dans Kellner, 1997). Ainsi, l'individu a la capacité d'interpréter à sa façon les produits de l'industrie culturelle, lesquels sont considérés comme étant inachevés jusqu'à ce qu'ils soient interprétés par le récepteur. Notons également que cette interprétation varie souvent en fonction de la position du récepteur sur le sujet et du groupe social auquel il appartient. Dans ces conditions, la conclusion est que l'auditeur a le pouvoir de contrôler certains aspects de ses expériences avec les médias. Par le fait même, il a la capacité de résister aux tentatives de domination de la classe supérieure (Kellner, 1995; Gingras, 1997; Lull, 1995).

Également au niveau médiatique, les penseurs de l'École critique culturelle s'intéressent activement à la définition et à l'institution de politiques culturelles, considérant le bon fonctionnement d'une société comme étant tributaire d'une culture collective (McQuail, 1997b). Pourtant, comme l'affirme McQuail, l'avenir des politiques culturelles appliquées aux médias est incertain car les sociétés, dont font partie les communications médiatiques, vivent des transformations culturelles majeures sans compter l'autorité en matière de politiques culturelles qui perd du pouvoir (McQuail, 1997b).

Au niveau de l'analyse, les chercheurs de l'École critique culturelle misent davantage sur des approches qualitatives et une grande partie des travaux réalisés dans ce courant appartient à la tradition interprétative (Murdock, 1997). De plus, étant donné la diversité des approches choisies, les interprétations ont pour caractéristique d'être multiples (McQuail, 1992). Aussi, les résultats de telles études sont difficilement communicables et peu utilisés en dehors de la communauté de chercheurs étant donné leur haut degré de subjectivité et, souvent, la complexité des arguments impliqués (McQuail, 1992). Finalement des auteurs comme Kellner (1995) estiment que les études critiques culturelles modernes mettent une emphase trop grande sur la réception et les analyses de texte en minimisant la production de la culture et l'économie politique.

#### **A. L'influence de la télévision sur la culture**

Les courants dont nous venons de discuter, soit le béhaviorisme, le fonctionnalisme ainsi que les Études critiques culturelles, nous permettent à présent d'émettre quelques conclusions générales en ce qui a trait aux effets et au rôle social de la télévision. C'est donc ce qui sera fait dans la section qui suit, après quoi nous introduirons les rudiments du second courant critique à l'étude, soit l'économie politique.

Même si on ne peut encore se prononcer définitivement quant aux effets précis des médias sur les individus composant la société, les débats sur le pouvoir des contenus télévisuels et les conséquences sur la culture de la société nous portent à nous pencher davantage sur cette notion « d'effet ». Dans différents ouvrages, les auteurs nous amènent à faire la distinction entre effets à court terme et effets à long terme (Trudel et Abran, 1991; Rieffel, 1995; McQuail, 1987). Par rapport à ces deux concepts, McQuail (1987) et Rieffel (1995) se fondent sur plusieurs études diffusées au niveau international pour statuer que les contenus médiatiques n'entraînent pas de transformations importantes sur l'auditoire à court terme. Par contre, ils reconnaissent « que l'addition de ces effets limités sur une longue période peut être à l'origine d'effets puissants » (Rieffel, 1995, p. 184). Rieffel (1995) ajoute également que les effets sont moindres lorsque les contenus médiatiques rejoignent des auditeurs isolés alors que l'impact peut se faire sentir davantage s'il s'agit d'individus groupés. Aussi, n'oublions pas que le média constitue un élément parmi d'autres dans la construction de l'identité sociale et qu'il est difficile de l'isoler d'autres

institutions telles que la famille et l'école lors d'études cherchant à déterminer son degré d'influence sur l'individu (Rieffel, 1995).

Maintenant que nous en connaissons davantage sur le pouvoir d'influence de la télévision à long terme, nous pouvons nous prononcer sur son rôle social en considérant les conclusions de différents ouvrages sur le sujet, lesquels ont été rédigés au cours des années par des auteurs de diverses disciplines. Parmi celles-ci, les fonctionnalistes des Usages et Gratifications ont particulièrement contribué à définir le rôle des médias de masse en établissant une liste de fonctions. Celle-ci s'est développée avec le temps et on y retrouve aujourd'hui des fonctions principales telles que la diffusion d'informations, d'opinions, de culture, l'éducation ainsi que le divertissement (Gingras, 1997; Ouellette, 1996b; Machet et Robillard, 1998). Le Rapport de la Commission internationale d'étude des problèmes de la communication (1980; discuté dans Trudel et Abran, 1991) de son côté, y ajoute la socialisation, la motivation, la discussion et l'intégration.

Comme nous venons de le voir, les différents auteurs et experts s'entendent pour attribuer une mission culturelle à la télévision. Par conséquent, outre la famille ou l'école, la télévision est un agent important de socialisation qui permettra à un individu, tout au long de sa vie, de développer son identité en intériorisant différentes normes et valeurs de façon à participer à la vie sociale de son milieu et à s'y intégrer (Martin, 1991; Kellner, 1995; McQuail, 1987). Ainsi, la télévision permet de maintenir la cohésion sociale entre les classes et les autres groupes sociaux grâce à des contenus qui plaisent à l'auditoire et qui comblent ses attentes (Martin, 1991).

« Depuis Gutenberg, les médias sont l'instrument, le lieu et l'enjeu de toutes les libertés, publiques ou privées, civiles ou personnelles, libertés au premier rang desquelles figurent la liberté de penser, la liberté d'exprimer sa pensée, ses idées ou ses opinions, sous quelque forme que ce soit, avec le secours de quelque média que ce soit » (Balle, 1997, p. 241).

Selon l'avis de plusieurs auteurs, les médias de masse arrivent au premier rang en tant qu'outil d'enrichissement culturel d'une société (Groupe de travail sur les communications de l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA), 1992; Sauvageau, 1998; Machet et Robillard, 1998). De plus, ils favorisent le développement social des communautés en effectuant la « promotion et la défense des identités culturelles nationales,

régionales et ethniques » (Groupe de travail sur les communications de l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA), 1992, p. 6-7). Finalement, ils appuient la démocratie en permettant aux individus, aux institutions et aux groupements culturels de participer à la vie sociale (Groupe de travail sur les communications de l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA), 1992; Sauvageau, 1998 ; Machet et Robillard, 1998). Dans ces conditions, les normes et les valeurs véhiculées dans la société canadienne seraient jusqu'à un certain point, tributaires des contenus présentés sur nos écrans. En conséquence, « la qualité de la vie sociale et démocratique dépend de plus en plus de la qualité de ce média » (Trudel, 1992, p. 11). Trudel considère donc, comme plusieurs autres auteurs, que le système de télédiffusion doit servir au développement d'une société démocratique (Trudel, 1992; Raboy, 1996a; Hoffman-Riem, 1996).

Finalement, c'est le pouvoir d'influence des médias de masse sur les opinions, les croyances, les comportements et la perception que les individus ont de la réalité qui pousse les experts, en plus des pouvoirs publics, à se questionner sur l'accès et le contrôle des médias tant du point de vue de leur propriété que des contenus présentés (McQuail, 1987).

Maintenant que nous avons établi que la télévision a bel et bien un rôle à jouer dans la constitution et la transmission de la culture, il serait approprié de définir le concept de « culture » de manière plus précise car celui-ci occupera une très grande place dans notre étude.

## **B. Le concept de culture**

Il est important de savoir que la notion de « culture » diffère d'un auteur à l'autre. Pour notre part, de façon générale, nous percevons la culture comme un système d'idées, de valeurs et de comportements, bref, comme une façon de vivre. En fait, la définition ainsi que le rôle de la culture tels que perçus par Laramée (1989, p. 42) correspondent tout à fait à notre façon de concevoir la culture dans cette recherche :

« La culture d'une collectivité ou d'un peuple est l'ensemble des connaissances légitimées sous forme de codes, de rituels, de symboles, de normes et d'images mentales transmises et reproduites au travers des générations. Le principal rôle de la culture est de dicter, d'interpréter le passé de la collectivité, de comprendre son évolution présente et de définir

ses orientations par rapport à un avenir incertain et inconnu. La culture agit à titre de cadre de référence privilégié par les acteurs de cette collectivité lorsqu'ils sont en situation de communication ou d'intervention ».

Pour compléter cette définition, ajoutons que la culture « unit des individus par la langue, les coutumes, les habitudes et l'expérience » (Comité permanent des communications et de la culture, 1992, p. 1 et 115). Le partage de ces valeurs et croyances au sein des différentes communautés formant la société permet non seulement aux membres de se constituer en un lien social solide, mais leur donne également une référence afin de se différencier par rapport aux autres et de se reconnaître comme étant unique (Laramée, 1989). À travers les médias, et notamment à travers la télévision, la culture fournit des symboles et des représentations pour nous aider à forger notre identité à l'intérieur d'une communauté (Kellner, 1995).

Les paragraphes qui précèdent nous ont permis de constater que la culture médiatique, quelle que soit son origine, occupe une place importante dans la formation de l'identité des gens. Ceci est d'autant plus vrai que la consommation des médias, et notamment de la télévision, est devenue une activité dominante aujourd'hui, surpassant même le pouvoir d'influence de la famille, de l'école et de l'église (Kellner, 1995). Après nous être étendus sur le rôle de la télévision et son influence sur la définition de la culture d'une société, il est maintenant temps d'aborder ce second courant critique qui s'intéresse à l'organisation des médias de masse dans la société et aux changements qui surviennent et affectent les institutions médiatiques, modifiant par le fait même la culture diffusée à travers les médias.

#### **1.2.2.2 L'économie politique des communications de masse**

Cette section que nous entamons porte sur l'économie politique dans sa forme moderne puisqu'en fait, les débuts de cette discipline remontent au 18<sup>ème</sup> siècle avec des auteurs comme Adam Smith et plus tard, John Stuart Mill ainsi que Karl Marx (Babe, 1995). En réalité, l'évolution de la presse, des médias électroniques, des télécommunications et le passage d'entreprises de propriété familiale aux mains de grands conglomérats ont certes contribué au développement de l'économie politique des communications de masse telle qu'elle se présente aujourd'hui. En fait, Garnham, auteur

prolifère dans le domaine, démontre qu'il ne faut pas s'arrêter à explorer le phénomène mais tenter d'intervenir (voir Garnham, 1979, discuté dans Raboy, 1991). Aussi, sans nier l'apport des recherches critiques culturelles portant sur la réception des contenus médiatiques, il conçoit l'économie politique des communications comme étant un courant plus prometteur pour comprendre la nature et l'impact des changements actuels dans le mode de production de la culture (Garnham, 1997). En fait, l'économie politique des communications met l'accent sur la production des messages plutôt que sur leur consommation. Les auteurs de ce courant diffusent l'idée que les contenus médiatisés sont construits à l'aide de ressources rares et que notre vision du monde dépendra de l'accès à ces ressources ainsi que du contrôle que nous avons sur elles (Garnham, 1990). Les questions posées sont les suivantes : « *how the production of culture takes place; how it is organized, politically, economically, and institutionally; who produces it and why ?* » (voir Magder, 1989, discuté dans Babe, 1995, p. 63-64). Ainsi, l'économie politique se fait connaître très tôt avec des travaux critiques dont les deux principaux objectifs sont d'étendre l'accès du public aux communications de masse et accroître ou non le contrôle du système par l'élaboration de politiques publiques.

Les institutions médiatiques de la plupart des pays industrialisés évoluent dans un système capitaliste au centre duquel la culture est protégée par l'intermédiaire d'une régulation étatique. Ceci confère donc à l'état une part d'influence sur la culture (voir Williams, 1984, discuté dans Leong, 1989; voir Hall, 1986, discuté dans Leong, 1989). Face à cela, les penseurs de l'économie politique des médias gravitent autour de l'idée de la démocratisation de la culture. Ainsi s'intéressent-ils aux façons dont les lois du marché côtoient et entrent en conflit avec l'intervention publique dans l'univers de production et de consommation de la culture, pour favoriser le commerce, souvent au détriment de la démocratie culturelle (Mattelart et Mattelart, 1995 ; Kellner, 1997). Les transformations qui surviennent actuellement dans la plupart des systèmes nationaux de télévision et qui semblent freiner l'épanouissement de l'espace public démocratique impliquent des restructurations importantes. Ceci favorise une recrudescence d'études inscrites dans la perspective de l'économie politique. Aussi, la diversité des éléments impliqués dans ces changements explique la variété des champs d'intérêt et des approches adoptées au niveau des analyses (Gingras, 1997). De cette situation, découle une pluralité de points de vue et

de débats internes (Mosco, 1996). Par exemple, certains auteurs préconisent l'intervention gouvernementale pour contrer les monopoles ainsi que les inégalités économiques et sociales tandis que d'autres s'y opposent, favorisant plutôt l'expansion du marché (Babe, 1995). Néanmoins, tous les auteurs du domaine admettent que les propriétaires des médias et les individus détenant une part de contrôle sur la diffusion des contenus détiennent un pouvoir dominant par rapport aux classes inférieures. En fait, pour ce type d'études, l'intérêt pour les relations de domination dans la production culturelle est central (Babe, 1995; Kellner, 1997) :

« In order to understand the structure of our culture, its production, consumption and reproduction and of the role of the mass media in that process, we need to confront some of the central questions of political economy in general, the problem of productive and non-productive labour, the relation between the private and public sectors, and the role of the State in capitalist accumulation, the role of advertising within late capitalism » (Garnham, 1990, p. 44).

Concrètement, les auteurs de cette discipline considèrent les contenus véhiculés comme reflétant les idées de la classe dirigeante (voir Murdock, 1992, discuté dans Gingras, 1997). En ce qui a trait aux analyses issues de l'économie politique, notons qu'elles sont souvent fondées sur des éléments historiques reliés à la production culturelle et aux relations industries/État. Cette façon de procéder facilite l'explication des changements passés, actuels et à venir dans la structure du système, et particulièrement face à la montée en force du pouvoir économique (Garnham, 1986; Babe, 1995).

D'abord et avant tout, l'économie politique des communications conçoit les médias de masse comme des entités économiques dont le principal rôle est de produire et de distribuer des valeurs au sein du système capitaliste (Garnham, 1995). Partant de ce postulat, il est aisé de comprendre pourquoi l'économie politique porte davantage son attention sur l'aspect économique en négligeant parfois d'autres dimensions sociales, les considérant comme « de simples conséquences du phénomène économique » (Gingras, 1997, p. 29; McQuail, 1987, p. 64). Notons toutefois que les autres facteurs d'influence de la structure médiatique, bien que souvent négligés, ne sont pas pour autant évités (Kellner, 1997). Parlons par exemple de l'intérêt de cette perspective de recherche pour la dimension juridique qui assure l'encadrement des conditions de production et de diffusion des contenus médiatiques ainsi que le contrôle de la structure de pouvoir en place (Babe, 1995;

Martin, 1991). Ce champ d'intérêt privilégie une analyse politique qui place l'État au premier plan et qui va au-delà de la simple exploration, évaluant et recommandant l'adoption de lignes de conduite en matière de politiques publiques (Mosco, 1996; Babe, 1995). Finalement, ajoutons aux dimensions économiques et politiques étudiées, les conditions culturelles et idéologiques de la vie sociale (Babe, 1995).

Peu intéressés par l'interprétation du message médiatique et par son effet sur l'auditoire, certains penseurs de l'économie politique portent une attention plutôt limitée à la réception des contenus par l'auditoire et ils finissent par diffuser l'idée que seules les capitalistes contrôlant les médias ont le pouvoir de véhiculer leurs idées à travers les contenus médiatiques (Kellner, 1997; Gingras, 1997). Dans le même ordre d'idées, Raboy écrivait en 1991 que depuis les années 1930, plusieurs spécialistes reprochaient aux auteurs de l'économie politique de négliger le domaine culturel. Pour éviter ces faiblesses, des auteurs, dont Kellner (1997) et Garnham (1997), proposent aux chercheurs intéressés par ce sujet d'étude, de concilier, dans leurs analyses, les deux approches critiques que nous venons d'aborder. Kellner a d'ailleurs déclaré qu'aucune théorie ne couvrait tous les aspects d'un sujet et qu'il valait mieux combiner des théories variées pour minimiser les limites de chacune et ainsi mettre la lumière sur le plus de points spécifiques possibles (Kellner, 1995).

La discussion qui précède nous ont permis de constater que la culture d'une société se transforme à la suite des changements survenant au niveau de l'organisation de ses médias. Dans ce contexte, les mesures culturelles employées par les pouvoirs publics doivent être adaptées au nouveau contexte, ce qui rend pertinentes, les études sur le sujet. Voyons à présent quelques exemples de ce genre d'études, histoire de rendre concrets les éléments abordés plus tôt.

### **1.2.3 Des ouvrages critiques portant sur les politiques de communication**

La quantité d'études sur le système de radiodiffusion canadien est loin d'être minime, au contraire. En fait, à travers l'histoire, les rapports de commissions d'enquête, de comités et de groupes de travail se comptent par douzaines, sans compter les études menées par divers comités du Parlement et par le CRTC pour l'étude de grandes questions (Caplan

et Sauvageau, 1986). Ajoutons à cela la multitude d'articles et de documents écrits sur la base d'études de spécialistes du système de radiodiffusion. Parmi toutes ces recherches, aussi diverses soient-elles, on note encore un besoin pour d'autres travaux se positionnant en conflit ou en prolongement avec ceux déjà existants.

### **1.2.3.1 Quelques publications récemment produites**

Les études portant sur les politiques publiques relatives à la télévision sont nombreuses et souvent rédigées dans un esprit critique étant donné les intérêts contradictoires opposant les différents acteurs du système par rapport à l'intervention étatique. McQuail (1997a) par exemple, suivant les fondements du courant de l'économie politique, n'hésite pas à critiquer la représentation que se font les principaux acteurs du système actuel de radiodiffusion. En fait, il cherche à faire prendre conscience aux lecteurs que la société, et notamment le gouvernement ainsi que les diffuseurs publics et privés, adoptent une idéologie libérale ainsi qu'un esprit de déréglementation et de privatisation, qui rendent l'intervention et le contrôle plus difficile en radiodiffusion, tout en menaçant les relations entre les médias et la population. S'intéressant aux concepts de « responsabilité » et de « liberté » des médias, il suggère quelques lignes directrices à suivre pour établir des pratiques et des politiques de radiodiffusion efficaces afin de protéger l'intérêt public et remédier au désordre actuel. Ces lignes d'action assurent bien sûr la responsabilité des médias tout en étant cohérentes avec leur liberté (McQuail, 1997a). De façon plus précise, les conclusions de McQuail portent sur ce qui devrait être fait pour protéger et promouvoir l'intérêt public en radiodiffusion, dans un contexte où les conditions sont changeantes. Selon l'auteur, les médias ne peuvent être livrés à eux-mêmes. Pourtant, McQuail estime que les mesures de contrôle actuelles sont inadéquates. D'un côté, il croit que la liberté des médias doit être garantie. De l'autre, il considère qu'il faut prévenir et limiter les tords que peuvent causer les médias à la société. Plus encore, il estime primordial que les médias assurent des bénéfices positifs à la société. Pour ce faire, l'auteur favorise une utilisation minimale de l'intervention étatique et préconise l'autoréglementation. Aussi, il penche pour une variété de formes de régulation étant donné la diversité des médias. De plus, il encourage l'adoption de formes de régulation spontanées et interactives plutôt que coercitives. En fait, il souhaite que la voix de l'auditoire se fasse davantage entendre. Pour ce faire, McQuail estime qu'il faut tenir compte du marché car, bien qu'il ait des

désavantages, il établit une relation avec le public en tenant compte, dans ses décisions, des réponses des consommateurs. Finalement, l'auteur conçoit que la radiodiffusion publique doit être préservée autant que possible.

La multiplicité des ouvrages critiques portant sur les politiques de communication s'explique également par le phénomène de mondialisation des communications qui, pour plusieurs auteurs, menace les cultures nationales. D'ailleurs, ces craintes par rapport à la mondialisation de la culture, sont partagées par les autorités politiques de plusieurs pays. Par exemple, des auteurs comme Juneau (discuté dans Caron et Juneau, 1992) et Trudel (1992) voient d'un mauvais œil la concurrence internationale par rapport à la protection et à l'épanouissement des cultures nationales. Pourtant, d'autres favorisent cette concurrence, percevant une plus grande possibilité d'interaction entre les cultures (Robins, Cornford, Aksoy, 1997). D'ailleurs, Robins, Cornford et Aksoy (1997), trois auteurs britanniques inscrits dans la tradition de l'économie politique, favorisent la libre concurrence au niveau international. Selon eux, le courant de mondialisation actuel contribuerait à la construction d'une dynamique culturelle transnationale en soutenant le développement technologique et en encourageant le multilinguisme, c'est-à-dire la promotion des valeurs des différentes cultures. Ces courts exemples illustrent bien les conflits d'idées entre les différents analystes face à plusieurs questions relatives au système de télévision.

#### **A. Des études fondées sur l'histoire**

L'évolution constante du système canadien de radiodiffusion pousse certains auteurs à en revoir les grandes lignes à l'aide de retours en arrière. Ces études fondées sur le contexte d'évolution du système (ses contenus, son organisation publique et privée, les changements économiques et technologiques survenus, etc.) permettent aux chercheurs de reconsidérer le bien-fondé de l'intervention gouvernementale par rapport à la télévision canadienne. Selon Paul Attallah : « l'approche historique fait ressortir les jeux d'intérêts qui sous-tendent les phénomènes et nous permet de construire des continuités révélatrices » (1993, p. 214). Les thèmes abordés dans de telles analyses sont souvent multiples, passant par exemple de la propriété des médias au développement des nouvelles technologies d'information et de communication. Les angles d'approche utilisés sont extrêmement

variables compte tenu des divers intérêts de recherche (Gingras, 1997; Mattelart et Mattelart, 1995).

Parmi les auteurs inscrits dans le courant de l'économie politique et ayant adopté l'approche historique, notons l'apport de Raboy (1996a), Fillion (1993) ainsi que Tremblay et Lacroix (1991). C'est leur façon de comprendre et d'envisager l'histoire de la radiodiffusion au Canada et au Québec, et principalement au niveau des politiques appliquées aux institutions de la radiodiffusion, qui leur a permis de revenir sur le passé de la télévision pour comprendre le présent et, jusqu'à un certain point, prévoir l'avenir.

L'ouvrage de Raboy (1996a) s'inspire largement des conditions politiques entourant l'évolution du système de radiodiffusion canadien, afin de rendre compte de la faiblesse du secteur public. En fait, l'auteur met en évidence le déséquilibre entre le secteur public et le secteur privé, soulignant que l'État se préoccupe maintenant davantage du développement des industries culturelles que du maintien du rôle social confié à la télévision. On y constate donc qu'une plus grande partie des activités réglementaires reliées au système de radiodiffusion est confiée à l'industrie privée alors que le secteur public, et particulièrement la Société Radio-Canada, fait face à des diminutions de budget. Suite à son analyse, Raboy propose des solutions qui permettront à la radiodiffusion, en tant que bien public, de retrouver sa vigueur. En fait, il favorise un secteur privé subordonné au secteur public plutôt que l'inverse. Aussi, il encourage une télévision qui évolue en fonction des besoins et des intérêts des citoyens et non pas de ceux de l'État. Suivant cela, il favorise la démocratisation des communications en encourageant la participation du public à la production et à la consommation des contenus culturels présentés à l'écran. Dans le même ordre d'idées, il déplore le fait que le contrôle des contenus télévisuels au Canada soit principalement laissé entre les mains d'un petit groupe d'individus ayant des objectifs commerciaux. L'auteur suggère également des solutions pour que les diffuseurs non commerciaux renforcent leur impact : des subventions fédérales (autres que la SRC) pour la production régionale, des fonds publics pour la production d'émissions non-commerciales, un mandat public imposé aux radiodiffuseurs privés locaux et régionaux, etc.

L'étude de Filion (1994) constitue une autre analyse fondée sur l'histoire de la radiodiffusion canadienne. Cette étude s'intéresse principalement au phénomène d'américanisation des ondes en posant un œil critique sur le cadre politique et juridique entourant la radiodiffusion canadienne. Ainsi, l'auteur aborde le sujet en fonction de deux grands aspects : 1) les divergences entre le secteur francophone (le Québec) et le secteur anglophone (le reste du Canada) et 2) les divergences entre le secteur privé et le secteur public. Concrètement, Filion démontre à quel point la radiodiffusion francophone résiste mieux que la radiodiffusion anglophone à l'américanisation des ondes. De l'avis de l'auteur, la télévision québécoise offrirait des émissions distinctives même en l'absence de réglementation relativement au contenu canadien. L'auteur explique cette situation en évoquant le besoin des Québécois de s'identifier à leur culture. À son avis, ce besoin remonterait très loin dans l'histoire, avant même l'invention de la télévision. En fait, Filion est de ceux qui conçoivent la télévision comme un agent culturel important, sans toutefois être le seul, ni le plus fort. L'étude de Filion démontre également qu'avec l'expansion du secteur privé, les émissions américaines ont pris plus de place à la télévision québécoise, mais jamais autant qu'au Canada anglais. En réalité, l'auteur estime que la télévision québécoise, en tant qu'«instrument d'identité culturelle» n'est pas en danger. Il avance même l'hypothèse que ce serait les caractéristiques culturelles des téléspectateurs, bien plus que le cadre juridique entourant la télévision, qui assureraient le caractère canadien du système.

L'étude de Tremblay et Lacroix (1991), quant à elle, s'intéresse à deux grands secteurs de l'industrie de la radiodiffusion canadienne : la diffusion et la distribution. Les deux auteurs utilisent une approche historique fondée principalement sur des aspects économiques pour démontrer qu'au fil des ans, les télédiffuseurs conventionnels ont vu leur situation décroître alors que les câblodistributeurs ont pris de plus en plus de place dans le système. En somme, Tremblay et Lacroix conçoivent que la dimension économique qui occuperait la plus grande place dans le système, va à l'encontre de la qualité et de la diversité de la programmation en menant à l'uniformisation des contenus. Les auteurs jugent également la réglementation comme étant trop souple pour être adéquatement respectée par les diffuseurs. De ce fait, seule la rentabilité de l'industrie semblerait dorénavant avoir de l'importance, de l'avis des deux auteurs. Ils estiment que les diffuseurs

et le CRTC en seraient venus à ne plus se préoccuper de la demande de la population concernant les choix de programmation, besoin qui aura finalement été comblé par les câblodistributeurs. Effectivement, ces derniers maîtriseraient, pour une large part, la mise en circulation des contenus télévisuels, en offrant des produits et services innovateurs et diversifiés, mieux adaptés aux besoins et aux intérêts des consommateurs et ce, grâce aux progrès technologiques. C'est d'ailleurs ce qui aurait le plus contribué à modifier la structure de l'industrie, sans parler de la prise de pouvoir des entreprises privées comme « force dirigeante et motrice du développement de la télévision » (Tremblay et Lacroix, 1991, p. 154). Conséquemment, l'objectif du profit aurait succédé à l'objectif culturel initialement attribué à la télévision. Devant cela, les deux auteurs estiment que les pouvoirs politiques et réglementaires doivent réagir :

« Ils ne peuvent abandonner la poursuite des objectifs sociaux et culturels qui ont toujours été assignés au système canadien de radiodiffusion. (...) il faut repenser la notion de service public en fonction de la nouvelle hégémonie de la câblodistribution et de l'augmentation substantielle de l'offre télévisuelle, qui caractérisent le règne de cette deuxième dynastie » (1991, p. 163).

Chacun des auteurs, cités plus haut, a inséré la télévision dans le système capitaliste en évolution, pour se prononcer, entre autres, sur les impacts au niveau de la culture produite et diffusée. Leurs travaux sont basés sur l'analyse de documents, dont des documents officiels du CRTC. S'intéressant à de longues périodes de l'histoire de la télévision, ces études sont excellentes, à notre avis, pour comprendre le système dans son ensemble. Toutefois, elles ont un caractère très général et sont moins utiles lorsque l'on cherche à cibler un aspect très précis du système. Ce point faible peut toutefois être corrigé en procédant à des études portant sur de plus courtes périodes et sur des problèmes plus spécifiques. Par exemple, Doern, dans son article paru en 1997, se penche sur la décennie s'étalant entre 1987 et 1997, afin d'examiner « (...) la transformation du CRTC, en tant qu'institution de réglementation confrontée à une évolution technologique massive, à la croisée des chemins de l'industrie de la radio/télédiffusion et de l'industrie de la télécommunication » (Doern, 1997, p. 516-517). Fortement influencée par des aspects politiques, économiques, juridiques et technologiques, la recherche de Doern s'intéresse à l'évolution de l'organisme de réglementation en fonction de cinq principaux aspects, soit la structure du CRTC et son caractère indépendant; la structure de la réglementation tant au

niveau judiciaire que politique; les opinions par rapport à la réglementation; les relations entre le CRTC et les autres institutions se préoccupant de la réglementation et finalement, la réglementation face à la mondialisation. En fait, cette étude est qualifiée par l'auteur de « macro-institutionnelle ». Doern y explique que malgré les changements déterminants survenus dans le système, le CRTC n'a pas changé autant qu'il pourrait paraître à prime abord. De l'avis de l'auteur, face au nouvel environnement fondé sur une plus grande concurrence et sur la convergence technologique, le CRTC est tenté de procéder à la déréglementation et à laisser les changements se produire et ce, pour des raisons économiques. Toutefois, il est également tenté d'accompagner ce geste par une hausse de la régulation en ce qui a trait aux aspects sociaux, et notamment face à ce qui touche aux contenus canadiens. Selon Doern, le CRTC verrait son rôle passer de « décideur » à celui d'« administrateur des plaintes ». En somme l'auteur en arrive à la conclusion que dans l'environnement changeant, un organisme de régulation efficace ne tentera pas de réglementer car le temps qui s'écoulera entre l'arrivée des nouvelles technologies et les règles s'y appliquant sera toujours trop long. Ce faisant, c'est la légitimité et la crédibilité même de cet organisme qui en seront affectées. Doern conclut alors que le CRTC doit continuer d'utiliser des politiques de communication mais en acceptant toutefois que d'autres institutions, préoccupées par la radiodiffusion et les télécommunications, se joignent à lui. L'auteur termine son article en affirmant qu'un examen plus complet du CRTC serait utile. Il déclare lui-même que la littérature approfondit peu ce sujet.

La courte période de temps étudiée par Doern aurait pu permettre à l'auteur de sonder la matière à fond. Malheureusement, le nombre d'aspects traités dans l'étude et les limites liées à la longueur d'un article ont empêché l'auteur d'approfondir. Aussi, notons que l'étude de Doern, bien qu'intéressée par le CRTC, utilise presque exclusivement des sources documentaires autres que des publications du Conseil. De ce fait, le lecteur n'a pas la possibilité d'examiner le sujet d'étude à travers les yeux de l'organisme concerné par l'article.

## **B. Des études de cas**

L'évolution de la radiodiffusion, qui s'opère à l'échelle internationale, incite certains auteurs dont Raboy (1996b) et Hoffman-Riem (1996) à s'intéresser aux

composantes des systèmes de radiodiffusion et à leur mode de surveillance et de réglementation dans différents pays. Les études fondées sur des analyses de cas de différents systèmes de radiodiffusion à travers le monde sont très révélatrices des constantes et des divergences entre les pays. Ces recherches permettent, entre autres, d'envisager l'avenir de la réglementation dans un environnement global.

Pour ce qui est du volume *Public Broadcasting for the 21<sup>st</sup> Century* (Raboy, 1996b), il est formé de plusieurs chapitres portant chacun sur le service public d'un pays en particulier. Regroupés sous la direction de Raboy (1996b), les seize essais rédigés à un niveau très général, offrent une perspective mondiale de la radiodiffusion publique. Ainsi, on retrouve des systèmes où le secteur public a peu de pouvoir alors qu'ailleurs, il est dominant. Le chapitre sur le Canada, écrit par Raboy lui-même, est très centré sur le contexte politique entourant le sujet. Fondé sur l'histoire de la radiodiffusion publique canadienne et plus particulièrement sur l'histoire de la SRC, cette étude fait état d'un très large fossé entre la politique relative à la radiodiffusion publique et la pratique en tant que telle : « The broadcasting Act is not naive when it describes all of Canadian broadcasting as a public service, but the system governed by the act has been inconsistent and, at times, incoherent, in operationalizing that description » (Raboy, 1996b, p. 105-106). Aussi, l'auteur fait état d'un incroyable déplacement vers la privatisation de la radiodiffusion conventionnelle publique. En effet, il démontre que les pressions commerciales et budgétaires affectant la SRC forcent cette dernière à adopter une position ressemblant de plus en plus au secteur privé. De plus, il révèle que les activités de production de la Société d'État sont de plus en plus confiées à des compagnies de production indépendantes. Finalement, il dénonce le fait qu'une partie des fonds publics, autrefois attribuée à la Société d'État, soit dorénavant dispersée afin de subvenir aux besoins des entreprises privées. Toutefois, puisque l'avenir du secteur privé dépend davantage de mesures étatiques comme par exemple, les fonds ainsi que les politiques publiques, l'auteur s'interroge à savoir si on peut parler d'une « publicisation » du secteur privé. À son avis, l'avenir de la radiodiffusion publique dans le nouvel environnement doit être repensé. Selon lui, la clé du succès passera dorénavant par la qualité des contenus et l'efficacité au niveau de la distribution.

Le volume de Hoffman-Riem (1996), pour sa part, décrit et compare le mode de régulation de la radiodiffusion dans trois pays évoluant principalement selon les lois du marché, et dans trois pays où le secteur public est toujours dominant. Cette façon de faire permet à l'auteur d'illustrer l'opposition entre les forces du marché et les pouvoirs publics dans la structure politique et économique des systèmes étudiés. Il conclut, tout comme McQuail (1997a), à l'inefficacité des mesures de surveillance et de réglementation actuelles par rapport aux entreprises commerciales. Cependant, il reste en faveur du contrôle des entreprises et favorise la présence d'un secteur public actif, quoique nécessitant un meilleur financement. Il s'attarde à l'avenir de la réglementation de la radiodiffusion dans un contexte de globalisation de l'audiovisuel en déclarant, entre autres, qu'il est difficile de prédire la voie qui sera empruntée. Finalement, tout comme l'ouvrage de Raboy, le livre de Hoffman-Riem est rédigé dans une perspective très large.

La littérature qui vient d'être abordée montre à quel point les études effectuées sur la radiodiffusion canadienne touchent des aspects variés et mènent à des conclusions et des recommandations tout aussi diverses. Aussi, la faiblesse qui revient dans chacune de ces études est l'intérêt marqué de leurs auteurs pour les dimensions économiques et politiques au détriment de la culture. En fait, cette lacune est présente dans plusieurs études inscrites dans le courant de l'économie politique. Pour remédier à cette situation, abordons l'étude intitulée *Télévision et culture : politiques et réglementations en Europe* (1998), laquelle se situe à mi-chemin entre la tradition critique culturelle et l'économie politique. Cet ouvrage, rédigé par l'Institut européen de la communication pour le compte de la Communauté française de Belgique, est poussé par des questions financières au niveau de la radio-télévision belge et aussi, à un niveau plus général :

« (...) la nécessité est apparue de faire le point sur la situation de différents pays, d'interroger l'avenir de ce débat entre culture et télévision à l'aune des nouveaux enjeux économiques et technologiques que sont la création du marché intérieur européen, les accords commerciaux au niveau mondial et les perspectives nouvelles offertes par la technologie numérique » (Machet et Robillard, 1998, p. 9).

Concrètement, l'objectif de l'étude est de déterminer des options possibles pour établir une politique culturelle (nationale ou même européenne) de l'audiovisuel, laquelle doit être cohérente dans le nouvel environnement télévisuel marqué par la convergence.

Malgré son centre d'intérêt porté sur le contexte européen, cette analyse comparative des politiques et obligations culturelles de l'audiovisuel dans sept différents pays aborde le cas du Canada, en plus de l'Allemagne, la Belgique, la France, les Pays-Bas, le Royaume-Uni et la Suède. Aussi, l'étude ne se limite pas à l'exploration du cadre juridique entourant la télévision car, outre les descriptions et comparaisons des politiques et obligations culturelles en vigueur dans les différents pays étudiés, elle s'interroge sur l'efficacité de ces mesures compte tenu des transformations actuelles au niveau du paysage audiovisuel et ce, tant au niveau national qu'international. Ainsi, bien que la dimension culturelle soit au centre de cette étude, les deux auteurs prennent soin de replacer les obligations dans leur environnement politique, économique, juridique et technologique :

« (...) on ne peut ainsi pas faire abstraction du contexte dans lequel existe ces obligations [culturelles]. Il est impossible de faire l'économie des grands débats actuels qui secouent le paysage audiovisuel, car ceux-ci ont des conséquences directes sur les rapports entre culture et télévision » (Machet et Robillard, 1998, p. 134).

Attentifs au degré d'intervention de chaque État par rapport à l'audiovisuel, les deux auteurs perçoivent deux grandes distinctions entre les obligations culturelles imposées dans les différents pays étudiés. Dans un premier temps, il s'agit de la tendance des États à choisir des mesures quantitatives ou qualitatives. Ensuite, il s'agit de leur tendance à adopter des règles précises ou des principes généraux. Deux types d'approches étatiques, ressortent donc de l'analyse de Machet et Robillard : 1) une approche dite « réglementaire », plus stricte et concrète (mesures quantitatives), fondée sur des obligations culturelles et un système de licences; 2) une approche dite « institutionnelle », plus souple et subjective (mesures qualitatives), fondée sur des comités internes et un système représentant la société civile. Notons toutefois que ces approches se complètent bien souvent dans chaque État. En somme, les auteurs soulignent que les pays étudiés pensent tous à préserver leur identité propre face à la globalisation. Toutefois, les moyens utilisés pour ce faire, ne sont pas toujours clairement exprimés.

Qu'elles soient apparentes ou non, Machet et Robillard concluent que pour être véritablement efficaces, les obligations relatives à la programmation culturelle doivent : 1) être régulièrement contrôlées; 2) répondre aux attentes du téléspectateur; 3) faire en sorte

que les diffuseurs soient en mesure, financièrement et techniquement, de les respecter (Machet et Robillard, 1998, p. 108). Parmi leurs grandes constatations, Machet et Robillard remarquent que les États étudiés ont davantage tendance à confier la mission culturelle de l'audiovisuel au secteur public et à assouplir les obligations relatives à la programmation culturelle du secteur privé. En fait, de l'avis des auteurs, la défense de l'identité culturelle et la défense des intérêts économiques sont à un tel point superposées « que nous pouvons nous demander si nous sommes davantage dans le cadre d'une politique industrielle que dans celui d'une politique culturelle de l'audiovisuel » (Machet et Robillard, 1998, p. 71). Ainsi, en s'intéressant à la crise financière et identitaire de la télévision publique ainsi qu'aux conséquences possibles des technologies nouvelles sur la culture télévisuelle, les deux auteurs cherchent à déterminer si des obligations et des politiques culturelles ont encore lieu d'être aujourd'hui. Cependant, une chose est sûre pour les deux auteurs : avec les changements survenus dans l'environnement de l'audiovisuel, la télévision conserve son rôle face à la culture et celui-ci est même plus important que jamais auparavant.

L'ouvrage de Machet et Robillard est un excellent modèle d'étude portant sur la télévision et s'intéressant à la fois à la dimension culturelle et à l'aspect économique-politique. D'ailleurs, comme le soulignent les deux auteurs, les recherches s'intéressant à ces deux dimensions sont très peu nombreuses (Machet et Robillard, 1998, p. 14). Notons par ailleurs que c'est un des rares ouvrages récents, à notre avis, à accorder un espace relativement important à la définition de la notion de « culture » par rapport au contexte d'étude. Cependant, on s'aperçoit très rapidement que Machet et Robillard insistent surtout sur le contexte européen dans leurs constatations et leurs conclusions. Dans ces conditions, nous sommes d'avis qu'une étude utilisant ces bases, réalisée exclusivement sur le système de télévision canadien, serait des plus profitables.

### **1.2.3.2 Des études pour le compte d'organismes publics**

Les grandes transformations survenant dans le système de télévision de plusieurs pays depuis les vingt dernières années expliquent la multitude d'études exploratoires, touchant à l'organisation du système et plus particulièrement à la redéfinition de son cadre réglementaire (Laramée, 1989). Les commissions d'enquête chargées par le gouvernement d'étudier le système canadien de radiodiffusion et les groupes de travail consacrés à l'étude

de grandes questions représentent une grande part de ce type de travaux réalisés sur la radiodiffusion canadienne. La Commission Massey, le Comité Applebaum-Hébert, le Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion (Rapport Caplan-Sauvageau) et le Comité d'examen des mandats (Rapport Juneau) sont les principaux exemples d'études critiques ayant examiné la radiodiffusion dans le contexte de la culture canadienne à travers les années. Par exemple, le Rapport Caplan-Sauvageau, rendu en 1986, avait pour mandat « d'étudier le système canadien de radiodiffusion et de recommander une stratégie culturelle et industrielle pour orienter son évolution jusqu'à la fin du siècle » (Caplan, Sauvageau et al., 1986, p. viii). C'est donc à partir d'entretiens privés, de témoignages, de mémoires et de la documentation existante qu'ils ont « examiné le système, tenté d'en comprendre l'évolution, les difficultés et les échecs pour, au bout du compte, suggérer les moyens de l'améliorer » (Caplan, Sauvageau et al., 1986, p. 6). Aussi, mentionnons le Comité d'examen des mandats, un rapport important déposé en 1996, quoique portant strictement sur les institutions publiques reliées à la radiodiffusion canadienne. Finalement, les travaux issus de telles commissions ont constitué des bases importantes pour la restructuration du système à travers les années. Cependant, ceux portant sur l'ensemble du système – secteurs public et privé – sont largement dépassés aujourd'hui, alors que le dernier grand rapport officiel à avoir été rendu sur le sujet remonte à l'an 1986.

Le CRTC effectue également des études portant sur les secteurs sous sa surveillance. En 1995 par exemple, il présentait son rapport intitulé *Concurrence et culture sur l'autoroute canadienne de l'information : Gestion des réalités de transition*. Cette étude, qui lui avait été commandée par le gouvernement une année auparavant, était nécessaire étant donné les transformations survenant dans le système et l'évolution des nouvelles technologies et des nouveaux services de communication (CRTC, 6 mai 1998). De plus, le Conseil révisé périodiquement ses méthodes de régulation en procédant à des audiences, lesquelles portent sur des grandes questions relatives à l'évolution du système (CRTC, 6 mai 1998). Par exemple, à l'automne 1998, il a procédé à un examen complet de sa politique sur la programmation télévisuelle canadienne. En fait, cette initiative faisait partie de son plan de priorités pour 1998-99. Il s'agissait entre autres de « réévaluer le cadre existant et de fixer des objectifs pour l'ensemble du système » (CRTC, 6 mai 1998). Bien sûr, les actions et décisions du CRTC ne font pas l'unanimité, ce qui explique les fortes

critiques à son égard. Et bien que peu d'études exhaustives aient été effectuées récemment sur le CRTC et ses politiques, on lui reproche par exemple sa trop grande souplesse au niveau réglementaire et l'imprécision de ses normes (Hoffman-Riem, 1996).

### 1.3 Synthèse

À l'intérieur de ce chapitre, nous avons pu constater que la télévision a une certaine influence sur les représentations sociales des individus. Et bien que son degré d'influence ne puisse être déterminé de façon précise, les autorités politiques canadiennes contrôlent le système de télévision canadien afin d'assurer la promotion et l'épanouissement de la culture canadienne. Toutefois, des transformations surviennent constamment dans le système et il devient alors important de revoir, de façon périodique, les mesures de régulation utilisées par le CRTC et appliquées à l'industrie télévisuelle. Au cours de notre revue de littérature, nous avons noté que peu d'études, réalisées par des auteurs extérieurs au CRTC, portent exclusivement sur cet organisme. Aussi, la plupart des recherches effectuées sur le système de radiodiffusion s'intéressent à de longues périodes de l'histoire et, bien souvent, au cas de plusieurs pays. Aussi, peu d'entre elles s'intéressent à la façon dont la culture est préservée et promue dans le système tout en conservant un œil sur le contexte économique, politique et social entourant le sujet. Le chapitre qui suit explique de quelle façon notre étude comblera ces lacunes.

## **Chapitre 2**

### *La méthodologie*

Les pages qui suivent présenteront d'abord notre positionnement par rapport aux études et aux grands courants de recherche dont nous avons discutés dans le chapitre qui précède afin de justifier l'intérêt de notre recherche. Suivront ensuite les questions spécifiques qui ont guidé notre étude et finalement, les retombées qui y sont liées. Dans un troisième temps, nous aborderons l'ensemble des éléments méthodologiques reliés à notre étude. Ainsi, nous nous pencherons sur la méthode de recherche employée, en discutant bien sûr du type de document soumis à notre examen. Par la suite, nous décrirons l'outil d'enquête dont nous nous sommes servis tout au long de l'analyse afin d'arriver aux résultats qui seront présentés dans un chapitre subséquent. Finalement, nous présenterons le corpus étudié et la technique d'analyse employée pour recueillir les données.

#### **2.1 Notre positionnement face au cadre théorique**

Intéressés à la base par la régulation de la télévision canadienne, notre attention, dans cette étude, s'est rapidement posée sur les objectifs culturels guidant les activités du CRTC. En fait, la littérature existante sur le sujet n'a fait qu'accroître notre intérêt de recherche pour le sujet. Effectivement, elle a révélé l'importance de la télévision en tant qu'activité contribuant au développement social des individus. Ainsi, nos lectures se sont tournées vers l'influence de ce médium sur notre vie en société, laquelle pousse les autorités publiques à en contrôler la qualité par l'intermédiaire de politiques diverses. Par la suite, nous avons constaté que la contribution essentielle de la télévision à la formation de l'identité des gens a mené plusieurs auteurs, à travers les années, à s'intéresser principalement à sa mission culturelle. Plus loin, nous avons vu que la culture canadienne, protégée et mise en valeur par la Politique canadienne de radiodiffusion, se voit actuellement menacée par certains développements sociaux, technologiques, économiques et autres au niveau du système. La littérature nous a indiqué que ces transformations devaient être suivies de près et les mesures de contrôle, ajustées en conséquence, d'où, notre intérêt accru pour la télévision, la culture et la régulation.

À un autre moment dans notre cadre théorique, nous avons vu que peu d'études portant sur le système de télévision combinaient le courant des études critiques culturelles et celui de l'économie politique des communications dans le simple but de maximiser les points forts de ces deux écoles tout en en diminuant les faiblesses. En fait, les études portant sur les politiques publiques appliquées au système télévisuel s'approchent souvent du courant de l'économie politique des communications. Ainsi, elles sont généralement moins sensibles à la dimension culturelle entourant le sujet. À notre sens, il est temps de remédier à cette situation en réalisant des études s'inspirant des deux écoles de pensée.

Le chapitre théorique nous a également révélé que la plupart des ouvrages critiques en matière de télévision, portent sur des aspects très généraux du système, soit parce qu'ils s'intéressent à plus d'un cas particulier et/ou parce qu'ils couvrent de longues périodes de l'histoire. Ainsi, bien qu'elles soient excessivement pertinentes, ces études explorent peu les aspects plus spécifiques. Cette insuffisance au niveau de l'approfondissement fait donc naître un besoin pour des études s'étendant sur de courtes périodes de l'histoire et s'intéressant aux éléments spécifiques d'un seul cas. En fait, les particularités propres à notre culture nationale, telles que définies dans le cadre théorique, nous ont amenés à centrer toute notre attention sur le Canada.

## **2.2 Notre étude : description et retombées**

Les éléments dont nous venons de discuter démontrent le besoin pour une étude exploratoire s'intéressant aux activités de surveillance et de réglementation du CRTC. Au cours de cette recherche, nous avons analysé, de façon critique, la régulation de la télévision canadienne en retenant les aspects pertinents concernant le maintien et la promotion de la culture canadienne. Néanmoins, nous avons pris bien soin d'examiner le contexte qui entoure les activités de régulation actuelles.

Inspirée à la fois par la tradition critique culturelle et l'économie politique des communications de masse, notre analyse des politiques (ou *policy study*) est fondée sur une rétrospective des activités du CRTC. Cette façon de procéder nous a permis de cerner adéquatement l'évolution du Conseil en matière de surveillance et de réglementation du système de télévision depuis les dernières années de façon à nous prononcer sur son avenir

dans le 21<sup>ème</sup> siècle. Nous avons étudié la façon dont le Conseil a ajusté ses politiques sur une certaine période de temps, ce qui nous a éclairés sur l'avenir. Dans ce contexte, notre recherche a été guidée par deux considérations, à savoir, de mieux comprendre comment le CRTC ajuste ses politiques relatives à la télévision dans le système actuel, de façon à répondre aux objectifs culturels qui lui sont attribués. Et aussi, comment il ajustera ses politiques dans l'avenir, face à la même question. Ces considérations nous renvoient aux questions de fond que nous avons posées dans le chapitre qui précède : 1) Pourquoi le CRTC régule-t-il ? 2) Que régule-t-il ? 3) Comment procède-t-il ? Il est intéressant de noter ici que, comme nous l'avons vu plus tôt, ces interrogations reflètent bien les préoccupations de l'industrie télévisuelle en regard du CRTC et des mesures de régulation qu'il impose.

C'est à la lumière d'une étude comme la nôtre que nous pourrions arriver, non seulement à mieux comprendre les défis auxquels fait face une agence comme le CRTC, mais aussi le contexte général dans lequel la régulation de la télévision évolue. Ainsi, au delà de son intérêt académique, cette étude a des retombées intéressantes pour les divers acteurs concernés par la politique canadienne de radiodiffusion. La lumière sur les grandes tendances et les enjeux de la régulation aident, par exemple, le gouvernement fédéral à définir les priorités et les besoins à venir. Pour ce qui est de l'industrie télévisuelle, elle a la chance de s'adapter aux procédures ultérieures de façon à adopter rapidement des stratégies efficaces afin de performer dans le nouveau siècle. Par exemple, les acteurs impliqués dans la diffusion de contenus, profitent de ces informations pour définir et formuler efficacement leurs engagements en période de renouvellement de licence. Finalement, la société civile y trouve également son compte en bénéficiant des informations face aux enjeux puisque ceux-ci ne se manifestent pas toujours clairement dans le feu de l'action.

### **2.3 La méthode d'enquête et l'univers d'observation**

Notre analyse a été centrée sur une courte période de l'histoire récente, soit cinq ans, ce qui nous a permis de sonder le sujet en profondeur. En fait, nous avons exploré certains dossiers ayant touché la télévision canadienne entre 1993 et 1998, en portant notre attention sur l'évolution des activités de régulation utilisées par le CRTC pour protéger et promouvoir la culture canadienne.

Dès le début de notre recherche, l'analyse documentaire qualitative s'est révélée être la méthode de recherche la plus utile pour décrire et déterminer les principales tendances au niveau de la régulation. En premier lieu, elle a pour avantage d'être fondée sur des sources de données déjà existantes. Également, il ne faut pas perdre de vue que ces sources résistent au passage du temps. Finalement, lorsqu'elle est bien organisée, l'analyse documentaire peut s'appliquer à de grandes quantités de données même si ces dernières sont peu structurées. Bref, cette méthode de recherche a pour caractéristique d'offrir un accès à une information large dans le temps et dans l'espace, deux critères prépondérants pour notre étude.

Au niveau des limites, il est important de garder à l'esprit que cet outil de recherche peut ne pas transmettre le message dans sa totalité puisque les textes soumis à l'analyse ne sont pas tous de qualité égale. Ceci étant dit, nous avons dû accorder un soin particulier aux choix des documents à analyser (Landry, 1993 ; Carney, 1972). Aussi, nous nous sommes intéressés aux éléments de contexte (ou conditions de production) ayant entouré l'élaboration des documents à l'étude afin de nous assurer de la bonne compréhension du sens des messages inscrits dans les textes (Charron, 1989, p. 118).

Nous avons opté pour une analyse documentaire classique, laquelle se distingue par son caractère essentiellement qualitatif. Notre intérêt pour la formation de liens et la mise en évidence de nuances et de particularités chez différents éléments de régulation liés au paysage télévisuel canadien explique notre décision. En effet, l'analyse dite « qualitative » répond plus adéquatement à de tels objectifs et sa souplesse était, selon nous, à privilégier par rapport au contrôle supérieur ainsi qu'à la plus grande précision et objectivité qu'aurait pu nous fournir une analyse de type « quantitatif ». En fait, l'analyse qualitative nous a semblé préférable à l'analyse quantitative pour une étude exploratoire cherchant à décrire un phénomène et à répondre à des questions plutôt qu'à vérifier des hypothèses. Enfin, le caractère « intuitif » de ce type d'analyse laisse une grande place à l'interprétation du chercheur, lequel doit toutefois témoigner de bonnes qualités de recherche. Au niveau des faiblesses, on dit souvent de l'analyse qualitative qu'elle manque de précision, ce qui l'oblige à s'en tenir à des inductions plutôt qu'à des généralisations. Néanmoins, elle reste selon nous une méthode de choix puisque notre objectif n'est pas d'analyser les documents

dans le détail mais plutôt de nous servir des éléments significatifs qu'ils recèlent pour décrire un phénomène.

Les activités de régulation dans le secteur de la télévision canadienne étant au cœur de notre étude, nous étions d'avis que notre analyse devait se fonder sur des documents touchant directement l'organisme chargé de réglementer et de surveiller le système canadien de télévision, soit le CRTC. Ainsi, notre intérêt s'est porté sur des documents officiels, écrits et publiés par l'organisme public qu'est le CRTC en regard de la télévision entre 1993 et 1998. Il est toutefois important de mentionner que notre attention s'est portée uniquement sur le contenu manifeste des textes, c'est-à-dire sur ce qui était écrit en toute lettre sans approfondir sur le sens caché des mots.

#### **2.4 Un cadre de référence à l'analyse**

Avant de procéder à l'analyse, nous avons élaboré un cadre de référence afin d'orienter adéquatement notre étude en fonction de nos objectifs. Pour ce faire, deux documents rendus publics par le Conseil ont été utilisés. D'abord, *Un rapport sur les plans et les priorités. Budget des dépenses 1998-99* (CRTC, 4 mars 1998) nous a fourni des informations sur les priorités, les stratégies et les résultats escomptés par le Conseil en matière de radiodiffusion canadienne pour les prochaines années. Ensuite, les quelques soixante-dix questions contenues dans l'avis public du Conseil annonçant l'examen complet de sa politique sur la programmation télévisuelle canadienne ont soulevé quelques sujets de réflexion intéressants au niveau de la régulation de la télévision (CRTC 1998-44, 6 mai 1998). À l'aide de ces deux documents, nous avons donc établi une liste de grands thèmes et de sous-thèmes liés à notre sujet d'étude, lesquels nous ont aidé à faire ressortir les éléments intéressants dans le matériel à l'étude. Classés pour les besoins de l'étude dans cinq catégories de facteurs différents, il est important de noter qu'en pratique, ces thèmes peuvent difficilement être organisés en catégories puisqu'ils s'influencent mutuellement. Il s'agit en fait des facteurs économiques, technologiques, sociaux, géographiques et démographiques, lesquels ont tous une influence sur les décisions que prend le CRTC ainsi que sur les actions qu'il pose relativement à la protection et à la promotion de la culture canadienne. Notons que nous sommes restés ouverts à l'introduction de nouveaux sous-

thèmes en cours d'analyse, ce qui a donné de la souplesse à notre cadre de référence, lequel est d'ailleurs présenté en annexe I.

## **2.5 Le corpus**

Après avoir défini le type de document que nous souhaitons étudier, nous avons constitué le corpus d'analyse. La sélection des documents à l'étude s'est faite en fonction de l'importance du sujet traité dans le texte. En fait, nous avons suivi l'affirmation de Mayer et Ouellet selon laquelle : « La valeur d'un écrit dépend dans une certaine mesure de l'importance de l'événement qu'il analyse et de sa relation avec le problème investigué » (1991, p. 188). Pour déterminer l'importance des documents, nous nous sommes fondés sur un critère spécifique : le sujet de chaque texte devait toucher une part essentielle de l'industrie télévisuelle canadienne et non seulement une ou quelques entreprises isolées. À partir de ce critère, nous avons laissé de côté tous les avis publics et les décisions du CRTC portant sur des demandes ou mêmes des renouvellements de licences de cas particuliers. Toutefois, nous avons traité la Société Radio-Canada comme une exception étant donné son mandat particulier et son importance en tant qu'institution publique nationale.

### **2.5.1 Le choix et la collecte des documents**

Avant de procéder à la sélection des documents constituant le corpus, nous avons choisi deux événements clés, lesquels nous ont permis de fixer les limites de notre analyse. Pour point de départ à l'étude, nous avons choisi l'annonce, en juin 1993, d'un bloc de réformes réglementaires au niveau de l'industrie canadienne. Cet événement a été un moment de remise en question, axé plus précisément sur la télévision et il a donné le ton au grand questionnement qui a débuté avec le débat sur la convergence et l'inforoute, d'où sa pertinence dans le cadre de notre recherche. Comme moment de clôture pour l'étude, nous avons fixé notre choix sur l'annonce, en mai 1998, de l'examen des politiques du Conseil relativement à la télévision canadienne. Celle-ci est, selon nous, fortement appropriée puisqu'elle a constitué un moment récent de réflexion sur l'évaluation du cadre de régulation de la télévision canadienne. À la suite de ces choix, nous avons procédé à la sélection des éléments du corpus en repérant les événements importants (selon notre critère décrit précédemment) s'étant déroulé entre ces deux moments clés.

Les communiqués de presse émis par le CRTC entre 1993 et 1998 nous ont permis de sélectionner tous les éléments formant notre corpus d'analyse. En effet, ils annoncent et décrivent des événements fraîchement passés ou à venir dans les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications. De plus, ils indiquent les documents publics (avis publics, décisions ou rapports) qui y sont reliés. Ainsi, tous les communiqués portant sur la télévision canadienne et ayant été publiés entre les deux événements clés cités plus haut ont été passés en revue. De cette façon, nous avons été en mesure de déterminer les événements importants sur lesquels nous allions travailler, et par le fait même, nous avons pu identifier les documents qui y étaient rattachés. Une chronologie des événements retenus pour l'analyse est d'ailleurs présentée en annexe II.

Retracer les communiqués de presse émis par le CRTC entre 1993 et 1998 s'est fait sans peine. D'abord, ceux publiés depuis 1995 sont répertoriés sur le site Internet du Conseil ([www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca)) via une rubrique intitulée « Publications ». Quant aux autres, c'est-à-dire, ceux émis pendant les années 1993 et 1994, nous les avons consultés dans leur version papier en nous rendant au bureau régional du CRTC à Montréal. Suite à la sélection des événements à analyser, nous avons effectué la cueillette des documents qui y étaient reliés. Ceci s'est fait à l'aide du moteur de recherche présent dans la rubrique « Recherche » du site web du CRTC, lequel, répertorie toutes les décisions, avis publics, rapports, discours et ordonnances émis depuis 1984. Les éléments de notre corpus ont donc été retracés et imprimés via Internet. Une liste complète des documents du corpus est présentée en annexe III. En tout, 56 textes ont été recueillis pour les fins de notre analyse. Chacun variant entre une et 61 pages et représentant au total 629 pages, ils se répartissent comme suit : 54 avis publics, une décision et un rapport.

Pour faciliter notre analyse, nous avons divisé notre corpus en deux catégories : 1) les grands dossiers; 2) les dossiers ponctuels. Les premiers sont ceux ayant eu des répercussions majeures sur l'industrie de la télévision canadienne. Ils nous ont permis de connaître l'orientation générale du CRTC relativement au sujet qui nous intéresse. Quant aux seconds, ils entrent dans les activités quotidiennes du Conseil et évoluent, sans pour autant bouleverser le paysage télévisuel. Ces documents nous ont servi à illustrer les

tendances soulevées dans les grands dossiers. La liste qui suit présente donc l'ensemble des dossiers qui ont été analysés :

*Les grands dossiers*

- La structure de l'industrie télévisuelle
- La convergence / l'inforoute
- Le nouveau Règlement sur la distribution de la radiodiffusion
- L'examen des politiques relatives à la télévision

*Les dossiers ponctuels*

- Les règles de distribution
- La violence à la télévision
- La publicité télévisuelle
- Les fonds de production
- Les nouveaux services concurrentiels (services spécialisés, payants et à la carte, télé-achat, vidéo sur demande, jeux vidéo, systèmes de distribution multipoint, satellites, téléphonie)
- Le renouvellement des licences du télédiffuseur public national
- La télédistribution de nouveaux signaux de télévision conventionnels américains (Fox)
- Le renouvellement des licences d'exploitation de stations de télévision privées de langue anglaise - modification de la réglementation et des politiques
- Les droits de diffusion

## **2.6 La technique d'analyse utilisée pour recueillir les données**

Nous avons débuté notre analyse par une lecture dite « flottante » de l'ensemble des documents constituant le corpus (Bardin, 1977, p. 73). Cette façon de procéder a suscité chez nous de multiples réflexions. En fait, elle nous a ouvert l'esprit sur différents aspects en faisant surgir des impressions et des orientations pour notre étude. Aussi, elle nous a permis de nous imprégner des idées porteuses de signification dans les textes. Par la suite, chaque document a été relu à plusieurs reprises et notre attention s'est attardée à repérer les thèmes et sous-thèmes composant notre cadre de référence. Cette façon de faire nous a permis de dégager les éléments significatifs contribuant à nos objectifs de recherche. Ainsi, dans un premier temps, nous avons pu mettre en évidence les grandes orientations du CRTC en ce qui a trait à la protection et à la promotion de la culture canadienne à l'écran. Dans un deuxième temps, ces grandes orientations ont été illustrées. Finalement, les éléments exposés ont été interprétés de façon à répondre à nos questions de recherche. Au

cours de cette dernière phase, nous nous sommes avancés sur les priorités culturelles du CRTC en matière de régulation, pour ensuite nous prononcer sur les tendances à venir.

Comme nous l'avons mentionné précédemment, nous avons accordé un intérêt particulier aux conditions dans lesquelles ont été élaborés les textes à l'analyse et ce, dans un souci d'offrir un portrait complet de la situation. Pour ce faire, nous avons utilisé une série de documents complémentaires dont les auteurs ne sont pas des membres du CRTC bien qu'ils soient impliqués au niveau de l'industrie télévisuelle canadienne. En fait, il s'agit de représentants de différents secteurs, tels des télécommunicateurs, des télédistributeurs, des programmeurs et des créateurs, qui ont participé à des études menant à la publication de rapports officiels touchant à la télévision canadienne. Nous avons également tenu compte d'un document écrit par le ministère de l'Industrie et d'un autre, rédigé par un comité d'examen pour le compte du ministère de Patrimoine. Enfin, deux autres textes se trouvent à être des rapports annuels, rendus publics par un fonds de production d'émissions canadiennes. En somme, tous ces ouvrages entourent la période qui nous intéresse, soit de 1993 à 1998, et portent sur différents éléments de l'industrie canadienne des communications. Il va sans dire que nous nous sommes intéressés uniquement aux aspects touchant l'industrie de la télévision à l'intérieur de ces publications. Aussi, ces textes ont été analysés en fonction du même cadre de référence que celui utilisé pour les documents du CRTC. Ces documents complémentaires nous ont aidé à replacer nos données d'analyse dans leur environnement tout en nous offrant un point de vue extérieur au CRTC. Une liste complète de ces documents est disponible en annexe IV.

## **2.7 Synthèse**

En somme, ce chapitre nous a permis, dans un premier temps, de nous positionner face au cadre théorique. En effet, nous avons perçu un besoin pour une étude exploratoire, fondée sur une courte période de l'histoire récente et s'intéressant directement aux activités du CRTC relativement à la promotion de la culture canadienne. Aussi, nous avons noté que cette étude devrait tenir compte du contexte économique, social, technologique, géographique et démographique entourant le sujet. Dans un deuxième temps, nous avons eu l'occasion de décrire les retombées - pour le gouvernement, l'industrie et la société en général - qui seraient liées à notre étude. La méthode d'enquête choisies, c'est-à-dire

l'analyse documentaire qualitative a ensuite été présentée. Suite à cela, notre intérêt pour la documentation officielle publiée par le CRTC entre 1993 et 1998 a été clairement établie. Aussi, un cadre de référence à l'analyse composé de cinq grands thèmes et de plusieurs sous-thèmes a été décrit. Par la suite, le mode de sélection des avis public, décisions et rapports constituant notre corpus d'analyse a été présenté. Finalement, la technique d'analyse utilisée pour recueillir les données a été mise en évidence.

Suite à la présentation des bases sur lesquelles a reposé notre étude et suite à la description de la méthodologie utilisée pour répondre à nos questions de recherche, il serait maintenant intéressant de passer à l'analyse. Toutefois, avant d'entrer de plain-pied dans l'étude du corpus, nous avons estimé qu'il était nécessaire de présenter et de décrire certains aspects de contexte relatifs au système de télévision. Ces quelques notions serviront 1) à encadrer les lecteurs, qui seront alors plus en mesure de suivre le fil de l'analyse et 2) à répondre aux questions générales qui ont été mises en évidence au cours des chapitres qui précèdent. Le chapitre trois se trouve donc à être un prélude à l'analyse.

## Chapitre 3

### *Un prélude à l'analyse*

Ce chapitre donne au lecteur un aperçu général du contexte entourant la régulation de la télévision canadienne, tel qu'il se présente au moment où débute la période étudiée. Cependant, ce tour d'horizon des grands éléments composant le système contribue, non seulement à faciliter la lecture du chapitre d'analyse, mais il permet également de répondre aux trois questions de fonds qui sous-tendent notre questionnement spécifique, c'est-à-dire : *Pourquoi le CRTC régule-t-il ? Que régule-t-il ? Comment régule-t-il ?* En fait, c'est en répondant d'abord à ces questions d'ordre général que les lecteurs pourront, en bout de ligne, comprendre les liens qui unissent l'ensemble des sections composant ce travail. Ainsi, dans les paragraphes qui suivent, nous définirons d'abord ce qu'est une politique. Ensuite, nous expliquerons pourquoi des politiques sont employées dans le système de télévision canadien. Troisièmement, nous exposerons la structure législative entourant le système. Nous discuterons évidemment de la *Loi sur la radiodiffusion* en exposant ses objectifs, ses champs d'action ainsi que les entreprises qu'elle couvre. Nous poursuivrons en définissant les grands concepts reliés au système de télévision canadien. La dernière section portera finalement sur le CRTC, son rôle, ses activités, ses priorités et les critiques à son égard.

#### **3.1 Qu'est-ce qu'une politique?**

Une politique est considérée comme une série d'opérations utilisée pour régler une situation problématique à un moment donné. En fait, la politique permet à celui qui l'applique de ramener une situation à une norme définie (Lemieux, 1991).

La mise en place d'une politique passe par un processus en plusieurs étapes. D'abord, un problème est identifié. Ensuite, une solution est proposée en tenant compte du contexte entourant le problème, c'est-à-dire, des variables sociales, politiques, économiques, culturelles, etc. Dans un troisième temps, la solution est adoptée sous forme de règlement, de loi, de décret, de décision exécutoire, ou autres. Notons qu'on peut considérer comme une politique, la décision de ne rien faire ou de ne pas intervenir à propos d'un problème donné. Suite à l'adoption d'une politique, celle-ci est appliquée au

problème. Plus tard, les changements dans l'environnement rendent nécessaire l'évaluation de la politique. En effet, il faut déterminer si celle-ci répond toujours efficacement au problème. Si de nouveaux problèmes sont soulevés suite à l'examen, la politique est ajustée en conséquence. Dans le cas où de simples modifications ne peuvent remédier aux problèmes, une nouvelle politique doit être définie (Lemieux, 1991).

Les politiques publiques répondent à des problèmes d'ordre public, « c'est-à-dire qui ont des conséquences externes, qui débordent le ou les acteurs impliqués » (Lemieux, 1991, p. 5). Aussi, ces politiques ont pour caractéristique d'être affichées aux yeux de la population. Les politiques gouvernementales font partie des politiques publiques (Lemieux, 1991).

Puisque la télévision est considérée comme étant un important véhicule socioculturel, des politiques de communication sont appliquées au système de télévision canadien afin qu'il favorise l'épanouissement de la culture canadienne et notamment des diverses communautés composant le Canada. Pour ce faire, les politiques de communication doivent garantir l'offre d'émissions de qualité, diversifiées et ce, sur de multiples canaux (ICEA, 1992).

### **3.2 Les éléments qui influencent les actions des autorités politiques**

L'environnement dans lequel évolue la société canadienne est complexe, étant composé d'intérêts divergeants. En effet, le Canada est constitué de divers groupes, entre autres, par sa composition multiethnique et ses deux langues officielles. Dans ces conditions, les échanges ayant lieu à l'intérieur de la société, et notamment par l'entremise des médias de masse, peuvent contribuer à enrichir la vie sociale des Canadiens (ICEA, 1992; Trudel et Abran, 1991). Malgré sa culture au caractère multiple, le Canada conserve et développe une identité qui lui est propre et qui le distingue des autres pays. Par contre, il est important de savoir que la culture d'une collectivité n'est jamais permanente, c'est-à-dire qu'elle fait constamment face à des modifications (Laramée, 1989). Parmi les causes de ces transformations, on retrouve les développements technologiques, les changements économiques ou politiques ainsi que les contacts avec les cultures avoisinantes. Ainsi, l'influence des cultures étrangères diffusées par l'intermédiaire de la télévision peut avoir

un impact sur l'identité canadienne, modifiant les modèles de valeurs et de comportements déjà établis. En plus, la menace d'invasion ou d'aliénation culturelle augmente avec la globalisation des échanges, laquelle prend de plus en plus d'ampleur. Dans ce contexte, le Canada développe et applique des mesures afin de préserver sa culture.

Ainsi, face à la question *pourquoi le CRTC régule-t-il la télévision de manière à protéger et à promouvoir la culture canadienne?*, cinq facteurs peuvent être mis en évidence. Il s'agit des facteurs géographiques, démographiques, sociaux, économiques et technologiques. Dans les paragraphes qui suivent, nous discuterons de ces éléments un à un. Toutefois, il est important de savoir que dans le système de télévision, ceux-ci s'influencent mutuellement.

Au niveau géographique, notons que le Canada s'étend sur un large territoire et que plusieurs de ses régions sont considérablement isolées. Dans ces conditions, il est difficile de refléter la culture canadienne à l'ensemble des citoyens. Ainsi, de par ses politiques, le Conseil cherche à ce que tous les Canadiens, quelle que soit leur région d'appartenance, aient accès à une variété de contenus canadiens. Aussi, il ne faut pas oublier les Américains, voisins les plus proches du Canada, lesquels se trouvent à être les plus grands exportateurs de culture au monde. En fait, les coûts d'acquisition des contenus américains sont moins élevés que les coûts de production des émissions canadiennes. Aussi, les émissions américaines sont très populaires sur le marché canadien, particulièrement du côté anglophone. Ainsi, la proximité des États-Unis et les valeurs américaines qui circulent abondamment dans le système télévisuel canadien ne sont pas sans influencer la nature des contenus diffusés à l'écran. Le Canada a donc du mal à affirmer et à refléter ses propres valeurs. Face à cela, l'État perçoit un risque d'aliénation. Dans ce contexte, bien que le CRTC ouvre le système aux cultures étrangères, considérant que les contacts avec d'autres collectivités contribuent à l'évolution de la culture canadienne, il n'en contrôle pas moins l'industrie afin d'éviter que la culture canadienne ne soit assimilée à la culture américaine. Bref, il perçoit la nécessité de protéger et de promouvoir les différentes cultures qui forment la nation.

Sur le plan démographique, il faut savoir que la population canadienne est de petite taille. Pourtant, le Canada compte deux grands marchés linguistiques ainsi que plusieurs petites communautés culturelles. Selon la politique canadienne de radiodiffusion, le système de télévision canadien doit tenir compte du caractère multiculturel du Canada : son marché francophone, son marché anglophone, ses communautés autochtones et ses ethnies. Dans ce contexte, le CRTC œuvre de manière à ce que tous les Canadiens, quel que soit leur âge, leur sexe, leur langue ou leur culture, puissent trouver dans le système de télévision canadien, des émissions qui les rejoignent et qui reflètent leurs préoccupations. Aussi, il œuvre de façon à ce que les différentes cultures formant le Canada se connaissent entre elles.

Quant à l'aspect social, notons que les services et les contenus télévisuels accessibles aux auditeurs canadiens doivent être axés sur leurs préoccupations. Ils doivent traduire leurs valeurs, refléter la culture de leur communauté et leur permettre de s'exprimer. Ainsi, le Conseil assigne des rôles différents aux entreprises de programmation canadiennes. Les services privés, qui ont des objectifs commerciaux, offrent beaucoup de divertissement. Les services publics servent avant tout l'intérêt des citoyens canadiens. Pour ce faire, ils offrent une certaine proportion d'émissions éducatives et présentent beaucoup d'informations, et ce, en offrant une pluralité de points de vue. Les services communautaires, pour leur part, servent directement les intérêts des collectivités dont ils font partie. Ils permettent aussi à leurs citoyens de s'exprimer en ondes. Ainsi, dans ses diverses activités, le CRTC utilise différents moyens pour s'assurer que les diffuseurs conventionnels privés, publics et communautaires ainsi que les services spécialisés, payants et à la carte, respectent leur rôle et répondent le plus efficacement possible aux besoins et aux intérêts des Canadiens.

Au niveau économique, les entreprises canadiennes évoluent dans un contexte de concurrence. Chacune d'entre elles doit donc manœuvrer pour rencontrer ses objectifs malgré la forte compétition en provenance d'autres entreprises, et notamment en provenance des grandes puissances. Ainsi, la situation financière des services de télévision publics doit être assez bonne pour que ces derniers remplissent adéquatement le mandat culturel et éducatif qui leur est attribué. Quant aux services privés, ils doivent pouvoir

rencontrer leurs objectifs commerciaux tout en respectant leurs engagements envers la programmation canadienne. Ainsi, tant dans le secteur public que privé, une mauvaise situation financière chez une entreprise peut affecter sa capacité de promouvoir la culture canadienne à l'écran. Devant l'augmentation constante de la concurrence, tant sur le plan national qu'international, le CRTC doit donc chercher et appliquer des mesures pour que les entreprises de télévision canadiennes soient assez solides pour remplir leurs obligations culturelles.

En matière de technologie, notons que les différents systèmes de télévision à travers le monde sont en constant développement. Ces développements technologiques leur permettent d'offrir aux téléspectateurs davantage de contenus, un plus grand accès ainsi qu'une meilleure qualité au niveau des produits et services. Aussi, les progrès technologiques favorisent la tombée des frontières nationales au niveau des communications. De ce fait, ils offrent aux entreprises un plus grand accès aux marchés intérieurs et extérieurs. Dans ces conditions, le Canada doit être à la hauteur des pays étrangers, et notamment des Américains, au niveau technologique, afin d'éviter que les valeurs canadiennes transmises à travers les contenus télévisuels ne disparaissent. Le CRTC doit donc trouver des moyens pour que les progrès technologiques sur la scène canadienne, n'accumulent pas de retard par rapport à l'étranger.

Les paragraphes qui précèdent ont permis au lecteur d'apprendre pourquoi le CRTC régule la télévision de manière à protéger et à promouvoir la culture canadienne. Les sections qui suivent mèneront le lecteur vers une deuxième question d'ordre général relativement à la régulation du système de télévision canadien. Mais d'abord, abordons quelques notions à propos des stratégies et de la législation du Canada en ce qui a trait à la télévision.

### **3.3 Les stratégies canadiennes en matière de télévision**

En ce qui a trait aux stratégies culturelles adoptées dans le domaine de la télévision, le Canada a un long passé protectionniste. En effet, il a tendance à agir de manière à protéger sa culture des influences extérieures (Laramée, 1989) :

« Le protectionnisme est une stratégie d'interaction avec les autres cultures ou les autres collectivités et qui est adoptée par une collectivité afin d'empêcher les membres de sa culture d'être en contact avec les manifestations culturelles de ces autres sociétés et de favoriser le développement et le renforcement de sa propre culture. Comme dans toute stratégie, il y a des degrés d'intensité dans son application. (...) Une société décide d'adopter le protectionnisme lorsqu'elle croit que l'intégrité de sa culture est menacée dans la réalité au point de remettre en question son identité comme corps social et culturel homogène, ou qu'elle appréhende un futur la menaçant. (...) » (Laramée, 1989, p. 54-55).

Concrètement, les quotas de contenu canadien, les listes de services étrangers admissibles et les règles de propriété canadienne sont des exemples de mesures à tendance protectionniste sur lesquels nous reviendrons dans les pages qui suivent. Pour l'instant, notons simplement que ces mesures sont employées, pour une large part, étant donné la grande popularité des produits culturels américains par rapport aux produits canadiens et ce, tant chez les diffuseurs que chez les auditeurs. En fait, en matière de protection culturelle, la société américaine adopte une attitude marquée par l'impérialisme. Effectivement, son objectif général est « de protéger sa culture en l'imposant aux autres sociétés frontalières ou d'imposer sa culture afin d'en retirer des avantages économiques et politiques certains » (Laramée, 1989, p. 61).

Utilisée à outrance, une attitude protectionniste manifestée par les autorités politiques canadiennes en regard de la culture nationale risquerait d'entraîner des conséquences négatives pour le public canadien. Effectivement, cette stratégie pourrait pousser le Canada à se refermer sur lui-même. De façon plus précise, les auditeurs canadiens pourraient manifester une méconnaissance face aux cultures étrangères et vice versa en ce qui concerne les pays étrangers en regard de la culture canadienne. Pour éviter cette situation, les autorités politiques canadiennes combinent le protectionnisme à d'autres stratégies. L'expansionnisme, par exemple, permet de faire connaître le Canada à l'étranger :

« L'expansionnisme est une stratégie qui vise à favoriser le développement de la culture d'une société donnée. L'objectif général de la collectivité est de faire connaître les manifestations de sa culture à d'autres collectivités et à la rigueur d'en faire partager certaines valeurs et certaines représentations » (Laramée, 1989, p. 60).

Autre stratégie, l'État canadien mise sur les lois du marché pour favoriser l'épanouissement de la culture canadienne à travers les contenus télévisuels. En fait, il

estime qu'une bonne situation économique est la clé de l'épanouissement culturel. De l'avis de Laramée, « cette stratégie peut agir comme stimulant au développement socioculturel de la collectivité car elle crée une atmosphère de liberté propice à l'innovation culturelle » (1989, p. 66). Toutefois, elle risque d'entraîner la création de monopoles dans les différents domaines reliés à la télévision, menaçant ainsi le pluralisme d'opinions et d'informations. Aussi, une ouverture du marché canadien aux cultures étrangères est une menace étant donné l'impérialisme américain. Pour éviter ces dangers, l'État permet la dissémination de produits et de services culturels étrangers sur le territoire canadien mais il en contrôle la diffusion et la distribution (Laramée, 1989).

### **3.4 La structure législative du système de télévision canadien**

Aux États-Unis, la radiodiffusion est régulée afin d'assurer l'organisation adéquate du système alors qu'au Canada, la régulation est surtout employée à des fins sociales et culturelles. Le système de radiodiffusion canadien doit éduquer, informer et divertir en reflétant la réalité canadienne. Ainsi, au Canada, la rareté du spectre des fréquences n'est pas la seule raison expliquant le contrôle du système par l'État (Trudel et Abran, 1991).

Plusieurs intervenants sont chargés de prendre des décisions en matière de radiodiffusion canadienne. Il s'agit du Parlement, du Gouvernement, du ministère du Patrimoine ainsi que du CRTC :

« (...) c'est le Parlement qui définit les fins, les responsabilités et les pouvoirs légaux des différents intervenants en matière de communication. La *Loi sur la radiodiffusion* constitue à ce titre la principale pièce de référence. Elle définit entre autres les responsabilités respectives du gouvernement, du CRTC et des entreprises » (Laramée, 1989, p. 354).

Le gouvernement, quant à lui, propose les projets de loi. Le ministre du Patrimoine, pour sa part, contrôle, par ses politiques, l'encadrement de la Loi ainsi que les décisions du CRTC. En ce qui a trait au Gouverneur en conseil (ou Conseil des ministres), il peut à tout moment donner au CRTC des directives générales concernant l'orientation du système de radiodiffusion. Il peut aussi demander au CRTC de revoir certaines décisions relatives au système. De plus, il a le pouvoir d'annuler une décision du CRTC en ce qui a trait à l'attribution, à la modification ou au renouvellement d'une

licence. Notons également que le CRTC peut recevoir des conseils de la part de la Société Radio-Canada, de d'autres ministères et agences gouvernementales (Raboy, 2000).

### 3.4.1 La *Loi sur la radiodiffusion*

Le cadre réglementaire entourant la *Loi sur la radiodiffusion* est fondé sur des grands principes de la Loi constitutionnelle et de la Charte canadienne des droits et libertés de 1982. Parmi ces grands principes, on retrouve la liberté d'information (ou liberté d'expression), le droit à l'égalité, la dualité linguistique, les droits des autochtones ainsi que les principes entourant le respect du patrimoine multiculturel (Trudel et Abran, 1991). En fait, les règles régissant la télévision doivent être compatibles avec les droits et libertés que garantit la Constitution :

«Lorsqu'il est établi qu'une mesure constitue effectivement une limite à la liberté d'expression, il est nécessaire de passer à l'analyse du caractère raisonnable et justifiable de cette limite dans le cadre d'une société libre et démocratique. Cette démarche revient à se demander au nom de quoi ces restrictions peuvent être faites. Il faut donc examiner les rationalités au soutien de la réglementation de la radiodiffusion » (Trudel et Abran, 1991, p. 141).

Comme nous l'avons dit plus tôt, les principes et objectifs généraux gouvernant le système canadien de radiodiffusion sont définis dans l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*, intitulé « Politique canadienne de radiodiffusion ». Selon ces principes, la radiodiffusion et les fréquences radioélectriques sont du domaine public, le système canadien de radiodiffusion doit nécessairement être la propriété des Canadiens et sous leur contrôle et il existe une différence entre la radiodiffusion en anglais et en français. Aussi, la Politique canadienne de radiodiffusion établit les objectifs que doivent suivre les entreprises de radiodiffusion, notamment en matière de programmation. De plus, elle dicte les objectifs que doivent suivre le réseau public national, les services de programmation complémentaires ainsi que les télédistributeurs. Mais le plus important face à cette politique, c'est qu'elle encourage le maintien et la promotion du caractère canadien du système de télévision grâce à une programmation qui se doit d'être diversifiée en touchant aux intérêts de tous les Canadiens (Trudel et Abran, 1991).

Établie par le Parlement, la *Loi sur la radiodiffusion* est composée de principes vagues et généraux mis de l'avant pour permettre au CRTC d'adopter des mesures réglementaires et de prendre des décisions adaptées en fonction du contexte du moment. En effet, la Loi donne au CRTC le pouvoir d'appliquer la politique énoncée à l'article 3, d'imposer des règles et de contrôler le système. Les activités du Conseil doivent suivre les principes suivants:

« a) tenir compte des caractéristiques de la radiodiffusion dans les langues française et anglaise et des conditions différentes d'exploitation auxquelles sont soumises les entreprises de radiodiffusion qui diffusent la programmation dans l'une ou l'autre langue; b) tenir compte des préoccupations et des besoins régionaux; c) pouvoir aisément s'adapter aux progrès scientifiques et techniques; d) favoriser la radiodiffusion à l'intention des Canadiens; e) favoriser la présentation d'émissions canadiennes aux Canadiens; f) permettre la mise au point de techniques d'information et leur application ainsi que la fourniture aux Canadiens des services qui en découlent; g) tenir compte du fardeau administratif qu'elles sont susceptibles d'imposer aux exploitants d'entreprises de radiodiffusion » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, art. 3(1), voir Trudel et Abran, 1991, p. 206).

Le secteur privé, poussé par des objectifs mercantiles, doit œuvrer de manière à respecter les objectifs culturels que lui dicte la Loi. Le secteur public, quant à lui, a pour mission principale de servir l'intérêt public (Trudel et Abran, 1991). Plus précisément, la *Loi sur la radiodiffusion* contient des lignes de conduites spécifiques que doit suivre la Société Radio-Canada (Raboy, 2000). En fait, la politique canadienne de radiodiffusion réserve à la SRC un traitement différent des autres radiodiffuseurs. Par conséquent, le CRTC doit tenir compte de ces différences lorsque vient le temps de prendre des décisions ou d'élaborer des politiques la concernant. Voici un aperçu du mandat particulier conféré au diffuseur public national, tel que formulé dans la politique canadienne de radiodiffusion :

« l) la société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit; m) la programmation de la Société devrait à la fois : (i) être principalement et typiquement canadienne, (ii) refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions, (iii) contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre, (iv) être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langues officielles, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue, (v) chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais, (vi) contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales, (vii) être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate

et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens, (viii) refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada; (...) » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, art. 3).

Quant aux entreprises de distribution, la *Loi sur la radiodiffusion* leur impose de :

« i) (...) donner priorité à la fourniture des services de programmation canadienne, et ce en particulier par les stations locales canadiennes, (ii) (...) assurer efficacement, à l'aide des techniques les plus efficaces, la fourniture de la programmation à des tarifs abordables, (iv) (...) si le Conseil le juge opportun, créer une programmation – locale ou autre – de nature à favoriser la réalisation des objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, et en particulier à permettre aux minorités linguistiques et culturelles mal desservies d'avoir accès aux services de radiodiffusion » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, art. 3(1)t).

Les paragraphes qui précèdent nous permettent à présent de répondre à notre deuxième question d'ordre général : *Que faut-il réguler pour atteindre les objectifs culturels de la Loi?* En fait, comme il a été établi plus tôt, la *Loi sur la radiodiffusion* demande à ce que tous les acteurs composant le système de télévision canadien participent à l'épanouissement de la culture canadienne. Ainsi, dans le secteur de la diffusion, les entreprises de programmation, qu'elles soient généralistes ou spécialisées, publiques ou privées, canadiennes ou étrangères, suivent des règles précises. Il en est de même pour les distributeurs, canadiens et étrangers ainsi que pour les producteurs et les annonceurs.

Notre seconde question générale ayant trouvé réponse, il nous est maintenant possible d'examiner *comment* le CRTC s'y prend pour réguler le système de télévision canadien. Toutefois, au préalable, il serait important de définir quelques grands concepts relatifs au système de télévision, concepts qui nous suivront tout au long de l'analyse. Aussi, nous en profiterons pour exposer quelques grands principes quant au rôle du CRTC.

### **3.4.2 Les grands concepts tels que définis par les autorités gouvernementales**

À l'intérieur de cette section, certaines grandes notions composant le système de télévision canadien seront définies de façon à guider le lecteur à l'intérieur de l'analyse. En fait, étant limités en terme d'espace, il nous est impossible de nous étendre trop longuement en explications sur les grands éléments composant le système. Ainsi, les quelques définitions qui suivent serviront à compléter la mise en situation qu'offre ce chapitre.

La télévision se trouve à être un médium permettant la radiodiffusion, c'est-à-dire la : « Transmission, à l'aide d'ondes radioélectriques ou de tout autre moyen de télécommunication, d'émissions encodées ou non et destinées à être reçues par le public (...) » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, art. 2(1)). Les entreprises de radiodiffusion peuvent être des entreprises de distribution, de programmation ou des réseaux. En fait, toute entreprise effectuant la transmission, l'émission ou la réception d'émissions destinées au public, grâce aux moyens cités plus haut, est considérée comme une « entreprise de radiodiffusion » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, art. 2(1); Trudel et Abran, 1991, p. 326).

Les entreprises de programmation effectuent la « transmission d'émissions soit directement à l'aide d'ondes radioélectriques ou d'un autre moyen de télécommunication, soit par l'intermédiaire d'une entreprise de distribution, en vue de leur réception par le public à l'aide d'un récepteur » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, art 2(1)). Parmi les entreprises de programmation, on retrouve : 1) les entreprises de télédiffusion qui transmettent leurs signaux par voix hertziennes; 2) les réseaux, qui regroupent des stations locales afin de permettre la production et la diffusion d'émissions à coûts élevés; 3) les entreprises de télévision payante ainsi que les services spécialisés qui sont offerts par les distributeurs via une liaison satellite-câble.

Les entreprises de distribution, quant à elles, se définissent par la Loi comme étant des : « Entreprise[s] de réception de radiodiffusion pour retransmission, à l'aide d'ondes radioélectriques ou d'un autre moyen de télécommunication, en vue de [leur] réception dans plusieurs résidences permanentes ou temporaires » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, art. 2 (1)). Les services de distribution comprennent deux volets : un volet de base et un autre qui se trouve à être facultatif. Le Conseil définit le volet de base comme étant « tous les services offerts, à titre non discrétionnaire, à tous les abonnés de la télévision par câble sur versement d'un seul tarif de base mensuel minimum » (Trudel et Abran, 1991, p. 724). Le volet facultatif, quant à lui, comprend « un ou plusieurs signaux ou services facultatifs offerts aux abonnés de l'entreprise qui ont déjà souscrit à son volet de service de base et ce, moyennant des frais additionnels ajoutés à ceux du service de base » (Trudel et Abran, 1991, p. 724). Les entreprises de distribution alignent leurs actions en fonction des principes de la *Loi sur la radiodiffusion*, du règlement sur la télédistribution, de leurs

conditions de licence et des énoncés de politique du Conseil. De façon générale, les principes élaborés en regard des distributeurs se rapportent à leur gestion, à la fourniture des services ainsi qu'à leur tarification (Trudel et Abran, 1991).

Maintenant que nous avons défini les grands termes liés aux entreprises de radiodiffusion, il serait important d'introduire quelques éléments relativement à la notion d'« émission » et plus particulièrement, d'« émission canadienne ». De façon générale, une émission se trouve à être : « Les sons ou les images ou leur combinaison destinés à informer ou divertir, à l'exception des images, muettes ou non, consistant essentiellement en des lettres ou des chiffres » (*Loi sur la radiodiffusion*, 1991, art. 2(1)). Pour s'assurer qu'une émission est véritablement canadienne, le CRTC mise sur un système de points fondé sur la nationalité des producteurs et des interprètes des émissions. De façon plus précise, une émission canadienne est définie en fonction d'un système de pondération dans lequel, le producteur doit être canadien du début à la fin des travaux. De plus, l'émission accumule des points lorsque les individus assumant les fonctions de production sont canadiens. En fait, un total de six points doit être accumulé pour que la production soit considérée de nationalité canadienne. Par exemple, avec ce système, une production obtient deux points si son réalisateur est canadien. Il en est de même en ce qui a trait au scénariste. Au niveau des acteurs, l'interprète principal et l'interprète de second rôle confèrent chacun un point à la production s'ils sont canadiens. Enfin, pour qu'une émission soit considérée comme étant canadienne, 75 % des salaires doivent être versés à des Canadiens (Trudel et Abran, 1991).

### **3.5 Le CRTC**

#### **3.5.1 Son rôle**

Étant associée à un service public, la télévision canadienne est contrôlée par un organisme public autonome, le CRTC, qui a pour objectif de s'assurer que la programmation qui y est présentée réponde à des normes élevées en matière d'information et de divertissement (Ouellette, 1996a). Le CRTC a été créé par la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968. En fait, il a remplacé le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion, lequel avait pris place, dix ans plus tôt, avec la *Loi sur la radiodiffusion* de 1958 (Trudel et Abran, 1991).

Les champs d'activités du CRTC sont régis par deux lois : la *Loi sur la radiodiffusion*, revue en 1991, et la *Loi sur les télécommunications*, datant de 1993. En ce qui a trait à la radiodiffusion, le Conseil a l'autorité en matière de réglementation de la radio, de la télévision et de la distribution. Pour assurer les meilleures décisions possibles en matière de radiodiffusion, le Conseil tient compte à la fois des besoins et des intérêts des auditeurs, des ressources humaines artistiques, et des distributeurs. Tout en favorisant au maximum une grande présence canadienne, le CRTC a également pour objectif d'offrir des services diversifiés de qualité, tout en s'assurant que la politique énoncée par le Parlement soit respectée (CRTC, 4 mars 1998).

### 3.5.2 Ses activités

Comme nous l'avons vu au cours des sections qui précèdent, la télévision doit promouvoir l'objectivité et le pluralisme. Pour ce faire, le CRTC contrôle les activités de programmation, la diffusion et la distribution en évitant, autant que possible, de brimer la liberté d'expression (Ouellette, 1996a). Mais *comment peut-on réguler ces éléments afin d'atteindre les objectifs désirés?* Les éléments fournis dans les paragraphes qui suivent constitueront la réponse à notre troisième question d'ordre général. Celle-ci sera élaborée en deux temps. D'abord, nous verrons quels instruments sont utilisés par le CRTC pour réguler le système. Ensuite, nous nous concentrerons sur les mesures prises par le CRTC, spécifiquement en regard du contenu canadien. Nous terminerons alors ce chapitre en abordant les priorités du CRTC ainsi que les critiques formulées à son égard.

Comme nous l'avons mentionné plus tôt, le CRTC a le soin d'ajuster ses actions en fonction des principes généraux édictés par la Loi. Pour ce faire, il utilise quatre instruments principaux : l'adoption de règlements, la publication d'énoncés de politique, la présentation de décisions et d'ordonnances pour des entreprises particulières ou pour un ensemble d'entreprises; la présentation de décisions suite à l'examen des plaintes émises envers les entreprises (Trudel et Abran, 1991).

Suivant les principes de la *Loi sur la radiodiffusion*, le CRTC a le pouvoir de formuler des règles et des énoncés de politique. En matière de télévision, le Conseil a conçu quatre règlements : le Règlement sur la télédiffusion, le Règlement sur la distribution de

radiodiffusion, le Règlement sur la télévision payante et le Règlement sur les services spécialisés. « Un règlement, disons-le, est un texte législatif qui émane d'une autorité autre que le Parlement. Il contient des dispositions (restrictions, interdictions ou normes) visant à assurer l'exécution d'une loi » (Laramée, 1989, p. 218).

Étant donné les mutations qui surviennent rapidement dans le système de radiodiffusion, même les règlements édictés par le CRTC restent souples. En fait, ils deviennent plus précis lorsque vient le temps de définir les conditions de licence qu'aura à suivre une entreprise ou un groupe d'entreprises particulier, conditions de licence qui sont d'abord proposées par les entreprises à travers leurs promesses de réalisation. En fait, ces promesses de réalisation sont elles-mêmes formulées en fonction des énoncés de politique émis par le CRTC. Sans être obligatoires, les énoncés de politique se trouvent à être des directives informant le public de la politique du CRTC (Trudel et Abran, 1991).

En fait, lorsque le CRTC a un projet de politique en tête relativement à une question, il invite le public et l'industrie à se prononcer sur la question grâce à des consultations qui doivent, dans certaines circonstances, inclure des audiences publiques. À la suite d'un processus de consultation, le CRTC rend public un énoncé de politique qui sert à orienter le public et l'industrie face à la question. Notons que lorsque les politiques sont traduites sous forme de règlements ou de conditions de licence, leur respect devient obligatoire (Trudel et Abran, 1991).

Ainsi, les normes de conduite régissant le système de radiodiffusion se décomposent en deux entités : les obligations et les objectifs à suivre. Au Canada, une entreprise qui a l'autorisation d'utiliser une fréquence radioélectrique doit en retour répondre à des obligations (ou conditions de licence), imposées par le CRTC, d'offrir certains services aux auditeurs. Les conditions de licence, tout comme les règlements, doivent être respectées par les titulaires de licence. Toutefois, elles sont plus souples et plus flexibles que les règlements (Trudel et Abran, 1991).

Lorsqu'une entreprise ne respecte pas la loi, les règlements, les obligations reliées à sa licence ou ses promesses de réalisation, le CRTC a le pouvoir de suspendre, d'annuler ou

de refuser de renouveler sa licence. En fait, les activités d'attribution et de renouvellement des licences reviennent au CRTC. Notons que les licences sont habituellement attribuées pour une période de sept ans (Trudel et Abran, 1991). L'organisme de réglementation peut également exempter des types de services donnés de certaines obligations réglementaires « s'il estime que leur respect de la réglementation est sans conséquence majeure pour l'atteinte des objectifs de la Loi » (*Loi sur la radiodiffusion*, art. 9.4, voir CRTC, 20 octobre 1994, p. 9).

Le Conseil doit nécessairement tenir une audience publique lorsque vient le temps d'attribuer, de renouveler, d'annuler ou de suspendre une licence. Le Conseil tient également des audiences publiques lorsque vient le temps d'élaborer ou de revoir ses politiques et ce, afin de consulter les divers intervenants qui se sentent concernés par le sujet. Il se doit en fait de procéder à une audience publique avant d'imposer une nouvelle obligation envers la Loi, un nouveau règlement, une ordonnance interdisant une activité qui ne respecte par les règles, etc. Finalement, le Conseil a également pour activité d'examiner les plaintes qu'il reçoit de la part du public concernant les questions sous sa juridiction (Trudel et Abran, 1991).

Le CRTC mise parfois sur l'autoréglementation pour s'assurer que l'industrie de la radiodiffusion, et notamment les annonceurs, respectent les principes de ses politiques. En choisissant l'autoréglementation, le CRTC continue de s'assurer que ses politiques sont respectées en supervisant l'industrie. Toutefois, ce sont les associations industrielles qui s'occupent de réprimander les contrevenants.

### **3.5.2.1 Les règles sur le contenu canadien**

Il existe des règles fixes que doivent respecter toutes les entreprises. Il existe également des règles imposées individuellement aux entreprises. En matière de promotion et de protection de la culture canadienne, les règlements du Conseil peuvent :

« fixer la proportion du temps d'antenne à consacrer aux émissions canadiennes; définir « émission canadienne » pour l'application de la présente loi; fixer les normes des émissions et l'attribution du temps d'antenne pour mettre en œuvre la politique canadienne de radiodiffusion; régir la nature de la publicité et le temps qui peut y être consacré; régir la

fourniture de services de programmation – même étrangers – par les entreprises de distribution (Trudel et Abran, 1991, p. 208-209).

De la fin des années 60 jusqu'à aujourd'hui, le Conseil s'est beaucoup préoccupé de l'influence américaine à travers notre système de radiodiffusion. En fait, il fixe une grande part de son attention sur deux éléments particuliers : 1) la propriété canadienne et 2) le contenu canadien.

Lorsqu'une demande est présentée au CRTC en vue d'un changement de contrôle ou de propriété d'une entreprise de radiodiffusion, le Conseil cherche à s'assurer que cette transaction servira l'intérêt public. Pour ce faire, il tient compte, par exemple, des préoccupations de l'entreprise envers les auditeurs, de la propriété mixte des médias ainsi que du degré de concentration de la propriété et ce, afin d'éviter que la concurrence ne soit réduite dans le marché (CRTC, 17 mai 1996). Quant aux règles sur le contenu canadien, utilisées par le CRTC pour assurer la disponibilité d'émissions canadiennes, elles sont au cœur même de toute la réglementation du système de radiodiffusion canadien et elles favorisent l'épanouissement du caractère canadien du système (Trudel et Abran, 1991).

Parmi les règles de contenu canadien, les plus importantes sont certes celles relatives aux quotas de contenu canadien. En fait, les télédiffuseurs privés doivent consacrer un minimum de 60 % de leur programmation, sur une base annuelle, à des contenus canadiens. Toutefois, en soirée, soit aux heures de grande écoute, cette proportion passe à 50 %. Pour la Société Radio-Canada, c'est un minimum de 60 % en tout temps qui doit être destiné à la diffusion de contenus canadiens. En ce qui a trait aux services payants et spécialisés, ils doivent également consacrer une proportion précise de leur temps de diffusion au contenu canadien. Toutefois, ces règles sont maintenant imposées sur une base individuelle. En fait, une proportion est fixée pour chaque service en fonction de sa nature et cette proportion peut augmenter au cours de la licence (Trudel et Abran, 1991).

Étant donné la proximité des États-Unis et l'attrait des émissions américaines, les quotas de contenu canadien sont indispensables dans les marchés anglophones pour éviter l'envahissement américain. Toutefois, du côté francophone, la barrière de la langue les rend

beaucoup moins importantes puisque le contenu canadien y domine largement (Trudel et Abran, 1991).

Pour compléter les règles de quotas et accroître la qualité et la diversité des émissions diffusées, le CRTC mise sur les investissements financiers des radiodiffuseurs pour la production d'émissions canadiennes. Les contributions que doivent fournir les télédiffuseurs sont calculées en fonction des recettes publicitaires accumulées par chaque entreprise. Les entreprises fournissant des services payants ou spécialisés sont également tenues d'investir une part de leurs revenus pour la production canadienne. Par exemple, chaque service payant doit consacrer une partie de ses recettes brutes d'exploitation pour la production ou l'acquisition d'émissions canadiennes « nouvelles, innovatrices et complémentaires à celles offertes par les télédiffuseurs » (CRTC, 1982, p. 640, voir Trudel et Abran, 1991, p. 678) :

« Les divers engagements des titulaires sont ainsi étudiés dans le contexte des « résultats financiers de chaque titulaire (...), en particulier, la croissance en terme de nombre d'abonnés et, le cas échéant, les autres revenus, prévus pour la prochaine période d'application de licence » » (CRTC, 1988, voir Trudel et Abran, 1991, p. 691).

Le CRTC se préoccupe également de la sous-représentation de certaines catégories d'émissions dans le système de radiodiffusion canadien. En fait, le faible niveau d'émissions de divertissement, particulièrement en ce qui a trait aux dramatiques, l'inquiète fortement. Pour remédier à cette situation, il utilise, depuis 1984, un stimulant pour assurer la production de ce type d'émission. Concrètement, lorsqu'ils calculent le temps qu'ils consacrent à la diffusion d'émissions canadiennes, les stations et réseaux de télévision obtiennent des crédits de temps de 150 % pour chaque dramatique présentée pendant les heures de grande écoute. Les services payants ont également droit à ces crédits depuis 1986, et ce, à condition que les dramatiques présentées soient nouvelles (Trudel et Abran, 1991).

Quant au contenu des émissions, le CRTC suit de près la violence présentée à l'écran. Il demande également à ce que les minorités culturelles soient respectées à travers

les contenus diffusés. De façon générale, il s'attend à ce que la programmation offre une variété de points de vue.

Au niveau des revenus des programmeurs, notons qu'un règlement sur la substitution simultanée existe depuis 1976 afin de protéger les droits d'émissions acquis par les diffuseurs du Canada lorsque ces émissions sont diffusées au même moment par des stations hors marché. Ainsi, les diffuseurs canadiens attirent un plus grand nombre de téléspectateurs et peuvent ainsi imposer des tarifs publicitaires plus élevés. En protégeant l'assiette publicitaire des diffuseurs conventionnels canadiens, cette règle leur permet d'accroître grandement leurs recettes. Aussi, cette règle est un soutien aux diffuseurs conventionnels canadiens dans l'accomplissement de leurs engagements relatifs au contenu canadien (CRTC, 19 mai 1995).

En matière de distribution, notons que les activités des distributeurs sont régulées pour assurer la coordination du système alors que les fréquences radioélectriques se font rares dans un système où le caractère canadien doit être maintenu. Le Conseil fait preuve de souplesse lorsqu'il réglemente les distributeurs afin que toutes les collectivités canadiennes puissent être desservies (Trudel et Abran, 1991). Il existe des exigences relatives à la distribution et à l'assemblage, auxquelles doivent se conformer les distributeurs offrant des services de programmation optionnels tels les services payants et spécialisés, les services admissibles par satellite, les stations éloignées, etc.

De plus, jusqu'à ce que débute notre période d'analyse, notons que les câblodistributeurs devaient offrir des canaux de programmation communautaires. En fait, le Conseil s'assure que le canal communautaire permet à tous les citoyens de toute communauté, d'exprimer leurs intérêts et leurs préoccupations. En matière de programmation, le CRTC s'attend à ce que la programmation communautaire complète la programmation traditionnelle. En fait, c'est le câblodistributeur qui est responsable de la programmation diffusée à l'antenne de son canal communautaire. Le CRTC exigeait jusqu'en 1993 – moment où débutait notre étude - que les câblodistributeurs contribuent au canal communautaire en y investissant 5 % de leurs revenus provenant du volet de base (Trudel et Abran, 1991).

Le CRTC a conscience des pressions, de plus en plus fortes, de la part des diffuseurs non canadiens désirant offrir leurs services au Canada. En fait, le Conseil permet à plusieurs services étrangers d'être offerts sur le marché canadien en autant qu'ils soient distribués par des entreprises exploitées au Canada, qu'ils acquièrent des droits d'émissions pour le Canada et qu'ils sollicitent de la publicité au Canada. Notons toutefois que les distributeurs doivent favoriser les canaux canadiens en nombre avant de pouvoir donner accès aux canaux étrangers. Au niveau de l'assemblage, le CRTC s'assure que les services étrangers n'envahiront pas le système canadien. Pour ce faire, il impose la politique du « 3+1 ». Concrètement, pour un distributeur, il s'agit de la possibilité d'offrir au service de base, un maximum de trois réseaux conventionnels américains commerciaux ainsi que d'un réseau américain non commercial (PBS). Au volet facultatif, chaque service étranger doit obligatoirement être distribué avec au moins un service spécialisé ou payant canadien. En fait, les services étrangers doivent faire partie des listes de services par satellite admissibles. Périodiquement, le CRTC ajoute des services par satellite non canadiens à ses listes. Toutefois, ceux-ci doivent être parrainés par des parties canadiennes, soit des distributeurs ou des entreprises de services de programmation payante ou spécialisée. Le Conseil s'assure ainsi que les nouveaux services non canadiens à venir obtiennent l'appui de l'industrie canadienne (CRTC, 19 février 1997).

Un service non canadien autorisé au Canada risque d'être retiré de la liste des services admissibles s'il advient qu'il soit distribué au Canada par des systèmes de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) non autorisés par le CRTC. Aussi, dans le cas où un service non canadien est distribué sans l'autorisation du CRTC, son ajout sur la liste des services admissibles risque d'être refusé. De plus, la nature des services par satellite non canadiens ne doit pas entrer en concurrence avec celle des services spécialisés et payants canadiens. Dans le cas où cela se produit, l'autorisation de distribuer le service non canadien peut être relevée ou ce service peut être placé sur la liste des services payants (CRTC, 3 juin 1993).

Les stations frontalières américaines, qui sont entrées en ondes avant 1985 et qui sont captées en direct par la plupart des Canadiens de certaines régions, peuvent être distribuées dans ces régions. Toutefois, celles qui sont entrées en ondes après le 1<sup>er</sup> janvier

1985 doivent d'abord obtenir une autorisation du CRTC. Cette exigence est due aux préoccupations des diffuseurs canadiens quant aux répercussions que pourraient entraîner ces stations sur leurs finances. En fait, plusieurs auditeurs canadiens risquent d'être attirés par ces stations frontalières au détriment des stations canadiennes. Conséquence des inquiétudes qui viennent d'être soulevées : les stations entrées en ondes après le 1<sup>er</sup> janvier 1985 sont souvent autorisées à être distribuées en mode encodé ou au volet facultatif de la télévision payante selon le ratio d'assemblage de cinq services non canadiens pour un service canadien. Il peut toutefois arriver qu'elles soient autorisées à être distribuées au service de base ou au volet facultatif en mode clair dans le cas où le CRTC juge qu'elles ne livrent pas concurrence aux diffuseurs canadiens sur le plan des recettes publicitaires (CRTC, 3 juin 1993).

Avec la fin de cette section, se termine la réponse à notre troisième question d'ordre général. Avant de clore ce chapitre, voyons brièvement quels étaient les priorités du CRTC ainsi que les critiques à son égard, au moment où notre étude a été réalisée.

### **3.5.3 Ses priorités**

En mars 1998, le CRTC a diffusé son dernier rapport sur ses plans et priorités d'ici à l'an 2000. En fait, huit points couvraient les priorités du Conseil pour les prochaines années, tant dans le secteur de la radiodiffusion que des télécommunications. Ainsi, pour ce qui touche directement ou indirectement au volet culturel du système de radiodiffusion, notons le désir du CRTC, de favoriser la présence et la diversité des voix et images canadiennes tout en offrant d'intéressants produits canadiens. Ensuite, il se proposait de réviser ses procédures réglementaires afin de favoriser un marché concurrentiel dans un environnement à la fine pointe de la technologie. Dans ce contexte, il comptait favoriser une concurrence juste et durable, permettant aux auditeurs de bénéficier d'un plus grand choix d'émissions canadiennes et étrangères et de services de programmation innovateurs. Ainsi, le CRTC envisageait d'encourager davantage le développement technologique, que ce soit pour la télévision numérique ou autres afin d'offrir aux abonnés un éventail de choix diversifié et de qualité. Finalement, le Conseil souhaitait obtenir une plus grande participation des citoyens à l'élaboration d'un système de radiodiffusion dans l'intérêt du public (CRTC, 4 mars 1998).

Les différents points mentionnés ci-haut sont regroupés pour former les trois catégories suivantes : pluralité des voix canadiennes, des choix variés pour les Canadiens, une saine gouvernance. En ce qui a trait à la première catégorie, le Conseil visait un grand choix d'émissions canadiennes de tous les types, tout en évitant de négliger l'offre d'émissions étrangères car les Canadiens doivent avoir un accès diversifié. Le Conseil souhaitait promouvoir la culture canadienne tout en permettant aux auditeurs de s'ouvrir sur le plan culturel international. L'objectif du CRTC d'offrir des choix variés pour les Canadiens passait par une industrie télévisuelle concurrentielle. Seuls des jeux de rivalité permettraient aux auditeurs canadiens d'avoir accès à un éventail de choix et ce, à des prix compétitifs. Finalement, pour ce qui est de la gouvernance, le Conseil se proposait de prôner l'ouverture, l'équité, l'efficacité et la confiance en optant pour des procédures axées sur l'intérêt du public (CRTC, 4 mars 1998).

Pour remplir sa mission, le CRTC favorisait quatre approches : il prônait la promotion de la culture plutôt que la protection; il préconisait la concurrence sur la contrainte; il se disait en faveur d'un cadre de réglementation général plutôt que détaillé et finalement, il souhaitait mettre l'accent sur une démarche de collaboration plutôt que sur une démarche judiciaire (CRTC, 4 mars 1998).

#### **3.5.4 Les critiques à son égard**

Comme nous l'avons mentionné au cours du chapitre un, les actions et les décisions du CRTC ne font pas l'unanimité au sein du système de radiodiffusion canadien. En fait, les intérêts qui opposent les différents acteurs mènent à diverses critiques à l'égard du Conseil. Par exemple, on reproche à l'organisme de réglementation de ne pas prendre des moyens concrets pour assurer le soutien à l'identité nationale et culturelle. En fait, certains disent même de lui qu'il « laisse aux diffuseurs le soin de concrétiser la politique canadienne de radiodiffusion » (Legros, 1990, p. 143). Aussi, on blâme sa façon de réglementer, considérant qu'il ne fait pas respecter adéquatement les règles de quotas et qu'il ne donne pas de sanctions suffisantes aux programmeurs violant ces règles. On lui reproche également de s'incliner très rapidement devant l'opposition des télédifuseurs percevant sa réglementation comme étant trop stricte. Plus encore, on affirme qu'il ignore les stratégies de l'industrie visant à contrecarrer ses règles. Aussi, on dit de lui qu'il définit

mal les périodes de temps pendant lesquelles les pourcentages de contenu canadien devraient être plus élevés. D'autre part, on lui reproche d'entretenir des objectifs strictement quantitatifs plutôt que qualitatifs, notamment en ce qui a trait à la définition d'une émission canadienne. De même, on l'accuse de s'intéresser dans une trop large mesure à la quantité d'émissions, au détriment de la diversité. Certains estiment aussi qu'il ne tient pas suffisamment compte des besoins des minorités dans le système. Finalement, on lui reproche de négliger la diffusion d'émissions locales et régionales (FRIENDS of Canadian Broadcasting, 1998; Ellis, 1992; Hoffman-Riem, 1996; Legros, 1990).

### 3.6 Synthèse

Le chapitre qui se termine a contribué à offrir au lecteur un point de départ à notre étude en répondant, entre autres, à trois grandes questions d'ordre général. Face à la première question *pourquoi le CRTC régule-t-il?*, nous avons constaté que des facteurs géographiques, démographiques, sociaux, économiques et technologiques affectent la capacité du système de télévision canadien de promouvoir la culture canadienne, et influencent alors les décisions des autorités politiques à cet égard. Nous avons vu que les autorités publiques adoptent des politiques de communication fondées sur le protectionnisme, l'expansionnisme et les lois du marché afin d'assurer le maintien de la culture canadienne dans le système. En ce qui a trait à la seconde question d'ordre général, c'est-à-dire, *que régule le CRTC?*, il a été indiqué que toutes les entreprises œuvrant dans le système de télévision canadien sont tenues de respecter des principes favorisant l'expression canadienne. Également, pour répondre à la question *comment le CRTC régule-t-il?*, nous nous sommes penchés plus en détail sur les activités de cet organisme et avons pu constater ce qui suit : le Conseil a pour objectif d'assurer une grande présence canadienne à travers une programmation de qualité et ce, en formulant des règles et des énoncés de politique, en prenant des décisions, en émettant des ordonnances, en définissant des conditions de licence, en procédant à des attributions et à des renouvellements de licences, etc. En fait, il nous a été possible de voir que le Conseil se réfère aux principes généraux de la *Loi sur la radiodiffusion* et à son article 3, c'est-à-dire à la Politique canadienne de radiodiffusion, pour établir les règles que devra suivre l'industrie en matière de programmation. Aussi, nous avons noté que les deux principaux éléments qui attirent l'attention du CRTC en matière de télévision sont la propriété canadienne et le contenu

canadien. Face à ce dernier élément, il impose des mesures tels que les quotas de contenu canadien et les investissements financiers des entreprises pour la programmation canadienne. Aussi, il contrôle le nombre de services étrangers admissibles dans le système canadien.

En terminant, les priorités du CRTC ainsi que les critiques à son égard ont été abordées. Nous avons pu voir que parmi ses grandes priorités, le CRTC cherche à assurer la pluralité des voix canadiennes et à fournir des choix variés aux Canadiens. Quant aux critiques à son égard, notons qu'on lui reproche sa trop grande souplesse envers l'industrie ainsi que l'imprécision de ses règles. Ceci étant dit, il est maintenant temps de passer à l'étape suivante, qui se trouve à être le cœur de cette étude : il s'agit de l'analyse.

## Chapitre 4

### *Promouvoir la culture canadienne en misant sur la technologie et l'économie*

Au cours de la période s'étalant entre juin 1993 et mai 1998, le Conseil ajusta plusieurs de ses méthodes de régulation. Toutefois les quatre plus importantes actions entreprises en ce sens sont certes l'audience sur la structure de l'industrie, tenue en 1993; le rapport sur la convergence, déposé en 1995; le nouveau Règlement sur la distribution, rendu public en 1997 et adopté en 1998; ainsi que la révision de la politique sur la télévision canadienne, annoncée en 1998. Ces quatre grands moments, rappelons-le, sont en fait représentés par les quatre grands dossiers de notre corpus d'analyse. À l'intérieur de ce chapitre, ces grands dossiers nous serviront de références, afin de mettre en lumière la façon dont le CRTC s'y est pris, en général, pour continuer d'assurer aux citoyens canadiens le reflet de leur culture dans le système de télévision canadien. Ainsi, dans les lignes qui suivent, nous donnerons d'abord un point de vue global sur les politiques culturelles utilisées par le CRTC pour assurer aux Canadiens le choix, la diversité et la qualité de la programmation canadienne. Dans un deuxième temps, nous discuterons des développements technologiques qui ont ouvert la porte à une multiplication des services, tant au niveau canadien qu'étranger. En fait, nous verrons pourquoi et comment le CRTC a encouragé la concurrence, les alliances et la complémentarité entre les entreprises afin que l'identité canadienne continue de s'épanouir à l'écran.

#### **4.1 Les politiques du CRTC entre 1993 et 1998**

Comme nous l'avons mentionné dans le chapitre qui précède, la *Loi sur la radiodiffusion* exige du Conseil qu'il agisse de façon à maximiser la spécificité canadienne du système :

« (...) le système canadien de radiodiffusion devrait (...) favoriser le développement de l'expression canadienne en offrant un large éventail d'émissions qui reflètent les attitudes, les opinions, les idées, les valeurs et la créativité artistique canadiennes en montrant le talent canadien dans les émissions de divertissement et en offrant de l'information et une analyse concernant le Canada et les autres pays d'un point de vue canadien » (Art. 3. (1) d) (ii), voir CRTC 1994-130, 20 octobre 1994, p. 8).

Au cours de la période étudiée, le CRTC ne cessa pas de croire qu'il était de sa responsabilité et de celle du gouvernement de mettre en œuvre et de maintenir des politiques culturelles qui assureraient un appui à la production, à la diffusion et à la distribution d'émissions canadiennes. Aussi, les actions du Conseil étaient-elles dirigées, entre autres, par des facteurs sociaux, démographiques et géographiques inscrits dans la Loi, voulant que les émissions canadiennes composant le système de télévision répondent aux besoins et reflètent les aspirations de tous les Canadiens, quel que soit leur âge, leur héritage culturel, leur langue ou même leur région d'appartenance. D'ailleurs, à mesure que la composition démographique du Canada évolue, que son caractère multiculturel s'intensifie et que la demande des téléspectateurs pour un choix supplémentaire de contenu augmente, le CRTC œuvre de façon à ce que le système offre une multitude de canaux répondant à la diversité des goûts et des intérêts des Canadiens. Le Conseil assure donc la mise en place et le maintien de services généralistes et spécialisés dans les deux langues officielles ainsi que de services pour des minorités linguistiques et ethniques.

En 1994, le gouvernement fédéral instaura un Comité consultatif sur l'utoroute de l'information (CCAI) afin de mettre en place une stratégie canadienne reliée aux nouvelles technologies de l'information. De ce comité, naquit un groupe de travail qui se préoccupa de la question de la culture et du contenu canadiens sur l'utoroute. En 1995, alors qu'il déposait son rapport final, ce groupe de travail admit qu'il s'était fait de fausses idées à propos de la culture et du contenu canadiens. Croyant dans un premier temps que les règles s'y rapportant limitaient le choix des consommateurs, il se ravisa vite et admit qu'il n'en avait jamais été ainsi. Il dit comprendre que ces règles servaient plutôt « (...) à élargir la gamme de choix pour tous et à faire en sorte que les choix canadiens occupent une place bien en vue dans l'ensemble » (p. 2 (Avant propos)). De façon générale, les membres du Groupe de travail sur la culture et le contenu canadiens jugèrent que la *Loi sur la radiodiffusion* « offre le meilleur soutien possible au contenu canadien, si l'on veut qu'il demeure viable face à une gamme croissante de produits et de services culturels » (1995, p. 2 (chap. 2)). Ainsi, au cours des années étudiées, les membres du CCAI (1995) et le gouvernement du Canada (1996) confirmèrent le rôle du CRTC et reconnurent la nécessité de renforcer et de réaffirmer les politiques relatives à la culture canadienne.

Bien qu'ils réaffirmèrent l'importance qu'ils accordaient au maintien des politiques culturelles, le CCAI et son Groupe de travail sur la culture et le contenu canadiens soulignèrent, en 1995, qu'un accroissement du choix des contenus ne signifiait pas nécessairement un accroissement de la variété. En fait, ils insistèrent beaucoup sur l'importance de la diversité dans les contenus et demandèrent à ce que les politiques culturelles en tiennent davantage compte. Pendant ce temps, le CRTC n'hésitait pas à exprimer ouvertement l'importance qu'il y accordait. Il est important de comprendre, ici, qu'une augmentation du choix sans une augmentation de la diversité, à l'antenne des canaux canadiens, signifierait nécessairement une hausse du nombre de reprises d'émissions. Dans ces conditions, il ne serait pas surprenant de constater un déplacement de l'écoute des Canadiens à la recherche de nouveauté, vers les canaux étrangers. Conséquemment, les valeurs transmises à travers les reprises d'émissions canadiennes n'auraient pas la portée qu'elles auraient si ces émissions étaient de première diffusion.

Préoccupé par la diversité du contenu canadien, la question de la sous-représentation de certaines catégories d'émissions fut l'une des principales priorités du CRTC au cours de la période étudiée. En 1998, dans son avis public annonçant qu'il procéderait à l'examen des politiques relatives à la télévision canadienne, le CRTC se questionna sur les mesures qui seraient les plus efficaces pour accroître le nombre d'émissions canadiennes de qualité, et notamment celles des catégories sous-représentées. Il s'interrogea à savoir s'il devait imposer une proportion minimale de dramatiques à diffuser aux heures de grande écoute. Aussi, il se questionna à savoir si les crédits de 150 % encourageaient vraiment la diffusion de dramatiques canadiennes de qualité. Quant aux autres catégories d'émissions sous-représentées, le Conseil se demanda s'il ne devait pas établir des mécanismes de réglementation précis qui en assureraient la diffusion. En fait, jusqu'alors, il s'en remettait davantage aux engagements et aux stratégies des titulaires envers ces catégories d'émissions (CRTC 1998-44, 6 mai 1998). Rappelons que l'audience publique portant sur toutes ces questions fut tenue à l'extérieur de notre période d'étude.

#### **4.1.1 La régulation et les progrès technologiques**

Pour véhiculer adéquatement la culture canadienne, la programmation composant le système de télévision canadien doit, entre autres, refléter les valeurs canadiennes, attirer les

téléspectateurs par sa qualité, son originalité et sa pertinence, et enfin, être accessible aux auditeurs. Au cours des cinq années étudiées, le CRTC misa fortement sur la technologie pour assurer aux téléspectateurs canadiens l'accès à des services canadiens de qualité, grâce aux meilleures techniques de distribution possible. Toutefois, il évita de s'impliquer directement dans l'autoroute de l'information et préféra plutôt encourager et soutenir l'industrie privée afin que cette dernière contribue à la création, au développement et au déploiement de nouveaux services (CRTC 1998-44, 6 mai 1998). Grâce aux nouvelles techniques de production, de diffusion et de distribution développées, le CRTC estimait que les Canadiens seraient plus à même de partager et de transmettre les valeurs propres à leur pays (CRTC, 19 mai 1995).

Les nouveaux types de services qui se développent, s'adaptent de plus en plus aux besoins et aux goûts des téléspectateurs. En fait, ceux-ci renforcent l'implication des téléspectateurs face à la télévision en leur assurant plus de choix, de contrôle et d'interactivité. Cette implication inclut le contrôle sur la qualité de l'image, sur le fournisseur de services, sur l'horaire, sur la version de l'émission ainsi que sur d'autres attributs qui mèneront éventuellement à une interaction bidirectionnelle entre le téléspectateur et le téléviseur (Ellis, 1992). Avec ce pouvoir de sélection accru, les téléspectateurs canadiens ont l'opportunité de choisir les contenus qui répondent à leurs goûts et besoins parmi l'éventail de services canadiens disponible. Dans ces conditions, les téléspectateurs canadiens sont moins enclins à se tourner vers des services étrangers, ce qui est bénéfique pour la promotion des valeurs canadiennes. Cependant, avec les nouvelles possibilités d'interaction liées aux progrès des services télévisuels, il est à prévoir que dans l'avenir, la réception des contenus pourra de moins en moins être réglementée par le CRTC qui devra alors remanier complètement ses règles concernant le contenu canadien.

Déjà au début des années 1990, le CRTC se questionnait quant aux incidences des développements technologiques sur la mise en onde de nouveaux services, sur la montée de la concurrence étrangère ainsi que sur la demande des téléspectateurs pour des choix de services supplémentaires. En 1993, alors qu'il procédait à une audience publique sur la structure de l'industrie télévisuelle, le CRTC en profita pour examiner l'évolution qu'avait connu le milieu des communications au cours des années précédentes ainsi que les

répercussions présentes et à venir de cette évolution sur le système de radiodiffusion canadien. Malgré cette audience, le Conseil resta dans un état d'expectative face aux conséquences précises qu'apporteraient les nouvelles technologies (CRTC 1993-74, 3 juin 1993). Cela ne l'empêcha toutefois pas, au cours des années qui suivirent, d'orienter une grande partie de ses énergies autour de deux technologies particulières : la compression vidéo numérique (CVN) et l'adressabilité universelle (CRTC 1993-74, 3 juin 1993).

Pendant la première moitié de la période étudiée, le CRTC anticipa plusieurs avantages reliés au passage du mode de distribution analogique à un mode numérique. D'abord, l'utilisation du numérique permettrait d'accroître la capacité de transmission disponible, favorisant ainsi l'introduction de nouveaux services de programmation. Aussi, la qualité des produits et services serait rehaussée et les coûts que devraient défrayer les consommateurs pour y avoir accès seraient moindres. Du déploiement de la technologie numérique, découlerait l'adressabilité universelle, laquelle offrirait aux téléspectateurs un plus vaste choix de services tout en conférant aux distributeurs une plus grande souplesse pour la composition des blocs de services. La CVN et l'adressabilité universelle auraient pour avantage de satisfaire plus adéquatement les besoins des abonnés canadiens (CRTC 1993-74, 3 juin 1993). Ces derniers seraient alors moins portés à se tourner vers des produits et des services étrangers pour combler leurs attentes, contribuant par le fait même au reflet de la culture canadienne.

Deux ans après l'audience sur la structure de l'industrie, soit en 1995, le Conseil procéda à une étude portant sur les nouvelles technologies de l'information. Cette étude, qui déboucha, quelque temps plus tard, sur le dépôt du rapport *Concurrence et culture sur l'autoroute de l'information* (Rapport sur la convergence), avait été commandée par le Gouverneur en conseil quelques mois plus tôt. Celui-ci tenait en fait à s'assurer que le CRTC continuerait de poursuivre les objectifs culturels de la loi en dépit de l'évolution technologique. Cette audience s'intéressa principalement au phénomène de la convergence technologique<sup>2</sup>. En fait, le Conseil chercha à harmoniser certaines de ses politiques de

---

<sup>2</sup> La convergence technologique se trouve à être l'intégration de différentes technologies, tels les réseaux téléphoniques, les réseaux de câblodistribution, les réseaux de satellites et les réseaux de communication sans fil en un seul réseau interfonctionnel (CCAI, 1995).

façon à ce qu'elles puissent s'appliquer aux nouveaux services télévisuels qui, au sens de la loi, touchent à la fois à la radiodiffusion et aux télécommunications. Par exemple, les services de vidéo sur demande (VSD), dont nous discuterons dans une section ultérieure, diffusent les mêmes types de contenus que les diffuseurs traditionnels. Toutefois, puisque le téléspectateur choisit l'émission qu'il recevra au moment où il le désire, les émissions offertes sont considérées comme étant transmises par des méthodes de télécommunication (CRTC, 19 mai 1995). Ainsi, le Conseil dut, au cours des années 1993 à 1998, déterminer dans quelle mesure les nouveaux types de services devaient et pouvaient être régulés selon les principes de la *Loi sur la radiodiffusion*, c'est-à-dire, en contribuant à la culture canadienne. Lors de cette audience sur la convergence, le CRTC remit en question la pertinence des définitions composant la *Loi sur la radiodiffusion*. En fait, il chercha à déterminer dans quelle mesure elles s'appliqueraient aux nouvelles technologies et aux nouveaux services à venir. À la suite de l'audience, le Conseil émit la conclusion suivant laquelle la *Loi sur la radiodiffusion* pouvait continuer d'être interprétée dans un sens large. Toutefois, il conclut également que le développement, l'expérimentation et la mise en marché de nouveaux types de services télévisuels seraient facilités s'il procédait à l'exclusion de certains services de l'obligation d'obtenir une licence. Cependant, il n'exclut pas que les services exemptés devraient également contribuer à l'atteinte d'objectifs culturels :

« (...) qu'ils fassent l'objet de licence ou soient exemptés en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, [ils] devraient concourir à la création et à la présentation d'émissions canadiennes en respectant, en matière de contenu canadien et de niveau de dépenses, des exigences comparables à celles qui s'appliquent à l'heure actuelle aux services existants du même type » (CRTC, 19 mai 1995, p. 29-30).

Les conclusions du Rapport sur la convergence favorisèrent la recherche et le développement, particulièrement en ce qui a trait aux techniques de distribution qui permettraient aux téléspectateurs canadiens de satisfaire plus aisément leurs besoins (CRTC, 19 mai 1995). Au cours de la consultation publique ayant mené au dépôt de ce rapport, le CRTC mit sur pied un groupe de travail qui eut pour objectif de planifier la transition vers le numérique. Le Conseil souhaitait ainsi assurer la mise en place d'un plan clair qui coordonnerait le déploiement de la CVN. Le Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique déposa son rapport final deux ans plus tard, soit en 1997.

Malgré les conclusions de ce rapport – lesquelles seront abordées dans une section ultérieure –, le Conseil resta dans un état d'incertitude en ce qui a trait au déploiement de la technologie numérique, état qui marqua d'ailleurs toute la deuxième moitié de la période de temps étudiée. En fait, entre 1995 et 1998, la capacité de transmission resta encore limitée et les coûts de transmission ne furent toujours pas moins grands, contrairement à ce que prévoyait le Conseil quelques années plus tôt. Notons en effet, qu'il s'attendait, déjà en 1993, à ce que la compression vidéo numérique débute progressivement en 1995 pour se développer sur une dizaine d'années. De plus, en 1996, il n'était toujours pas possible de se prononcer de façon exacte quant au moment où le changement pour le numérique s'effectuerait, ni sur l'impact précis qu'aurait cette technologie sur la capacité de transmission à venir (CRTC 1996-59, 26 avril 1996). Dans ce contexte, il fut plus difficile pour le Conseil de prendre des décisions à long terme concernant les moyens à appliquer pour que l'industrie assure la promotion de la culture à l'écran.

En 1998, année de clôture pour notre étude, le CRTC cherchait toujours à connaître les conséquences potentielles de la télévision numérique sur le système canadien ainsi que le rôle qu'il devrait jouer dans l'ère numérique. En mai de cette même année, il annonça qu'il s'intéresserait à cette question lors d'une audience qui aurait, entre autres, pour objectif d'établir un cadre de réglementation pour la conversion à la télévision numérique (CRTC 1998-44, 6 mai 1998). Notons, encore une fois, que cette audience eut lieu à l'extérieur de notre période d'étude.

#### **4.1.2 La régulation et la concurrence**

Alors qu'il imposait autrefois des monopoles afin de protéger certains secteurs, le CRTC décida, au cours de la période de temps étudiée, de miser sur la concurrence pour stimuler le développement et l'implantation de nouvelles techniques et, par le fait même, de nouveaux services. Le Conseil prévoit qu'ainsi, les Canadiens auraient accès à de nouveaux choix canadiens à des coûts concurrentiels et par l'intermédiaire des meilleures techniques possibles. En agissant de la sorte, le Conseil s'assurait que les abonnés canadiens auraient plus de chance de trouver chaussure à leur pied, à travers la vaste gamme de services canadiens de qualité qui serait enfin disponible. Ainsi, la culture canadienne aurait davantage d'occasion d'être reflétée aux Canadiens.

En 1995, dans son Rapport sur la convergence, le Conseil manifesta clairement son appui à la concurrence (CRTC, 19 mai 1995). En fait, les possibilités d'expansion de la concurrence augmentaient rapidement avec les développements technologiques et la mondialisation des communications. De ce fait, le Rapport sur la convergence traduisit l'importance que l'organisme de réglementation attribuait à l'implantation d'une concurrence qui serait « juste » et « durable ». Celle-ci favoriserait donc l'évolution technologique et par le fait même, l'augmentation du choix, de la diversité et de la qualité des contenus offerts aux téléspectateurs canadiens. C'est d'ailleurs en fonction de cette ligne de pensées que le Conseil annonça qu'il cesserait d'appuyer la câblodistribution en tant qu'outil principal de télédistribution. Toutefois, pour que le nouveau régime concurrentiel réponde aux objectifs culturels visés par la Loi, le CRTC estima qu'il devait maintenir son pouvoir d'intervention ainsi que des règles de base afin d'en assurer la coordination (CRTC, 19 mai 1995).

Pour établir un juste équilibre entre la concurrence et la régulation, le CRTC adapta ses mécanismes réglementaires en fonction de la nouvelle réalité (CRTC, 19 mai 1995). En fait, le CRTC s'assura qu'une concurrence équitable puisse être établie, préservée et promue, tant pour les entreprises déjà en place que pour les nouveaux arrivants, car seules des entreprises solides et saines pourraient remplir adéquatement les objectifs culturels que leur dicterait la loi (CRTC 1994-130, 20 octobre 1994). À ce sujet, notons que l'organisme de réglementation suivit de près la direction que prenaient les investissements des télédistributeurs entre 1993 et 1998, voulant éviter que les téléspectateurs aient à payer indûment pour les améliorations que les distributeurs apportaient à leurs techniques. Aussi, estimant le degré de concurrence que les entreprises pourraient supporter, le CRTC instaura une période de transition au cours de laquelle il protégea les entreprises déjà en place. Par exemple, entre 1995 et 1997, il œuvra de manière à établir un régime de concurrence équitable entre les compagnies de téléphone et les câblodistributeurs. En fait, il accepta, en 1995, que les entreprises de téléphone présentent des demandes de licences de distribution de services de télévision. Néanmoins, étant donné leur puissance, le Conseil protégea temporairement le secteur de la câblodistribution afin que les entreprises de téléphone n'imposent pas de concurrence inéquitable dès le départ (CRTC, 19 mai 1995). Aussi, le CRTC continua d'intervenir dans le secteur de la distribution en imposant des règles de

distribution et d'assemblage équivalentes pour les diverses méthodes de distribution, en tenant compte cependant des différences techniques qui les distinguaient (CRTC 1996-69, 17 mai 1996). Aussi, il assouplit certaines de ses règles afin d'assurer la viabilité des plus petits distributeurs. En fait, le nouveau Règlement sur la distribution, qui entra en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1998, sépara les entreprises en fonction du nombre d'abonnés qu'elles desservent<sup>3</sup>. De cette façon, le CRTC fut davantage en mesure d'estimer le degré de concurrence que les entreprises pouvaient supporter dans leur marché<sup>4</sup> (CRTC 1996-69, 17 mai 1996). Ainsi, en ce qui a trait aux petits distributeurs desservant moins de 2 000 abonnés, ils ne furent pas assujettis aux règles relatives à la distribution et à l'assemblage. Ils purent ainsi distribuer au service de base, des services canadiens de télévision payante et d'émissions spécialisées ainsi que des services par satellite non canadiens (CRTC 1996-69, 17 mai 1996).

Toujours dans le but d'assurer un juste équilibre entre les objectifs culturels de la Loi et les forces du marché, le CRTC donna davantage de flexibilité aux producteurs, aux programmeurs et aux distributeurs. Il estima que l'industrie canadienne de la télévision serait alors davantage en mesure de répondre aux objectifs culturels de la Loi, en offrant aux auditeurs une quantité appréciable d'émissions canadiennes de bonne qualité. Le Conseil ne procéda toutefois pas à une dérégulation de l'industrie de la télévision. En fait, il utilisa la période s'étalant entre 1993 et 1998 pour réorganiser la régulation existante. À l'intérieur de ce remaniement, il eut tendance à confier une plus grande partie de ses activités de régulation directement à l'industrie afin de donner aux entreprises une plus grande liberté pour répondre à l'intérêt public. En fait, au cours de la période étudiée, toutes les interventions du CRTC, en ce qui a trait à la régulation du système de télévision, furent fondées sur la « souplesse ».

---

<sup>3</sup> La classe 1 est composée des entreprises comptant 6 000 abonnés et plus. Les entreprises de la classe 2 en comptent entre 2 000 et 6 000. La classe 3, quant à elle, regroupe les entreprises de moins de 2 000 abonnés

<sup>4</sup> Quant aux nouveaux distributeurs terrestres, quelle que soit leur taille, ils doivent se soumettre aux mêmes règles que la classe de licence détenue par l'entreprise déjà présente dans leur marché. Dans le cas où un nouveau venu servirait plus d'un marché, il doit répondre aux règles de l'entreprise desservant le plus grand nombre d'abonnés (CRTC 1997-25, 11 mars 1997).

D'ailleurs, déjà en 1993, le CRTC déclara que les programmeurs et les distributeurs verraient leurs obligations réglementaires s'assouplir au cours des années à venir (CRTC 1993-74, 3 juin 1993).

L'année où le CRTC déposa son rapport sur la convergence, le CCAI (1995) se prononça en faveur d'un assouplissement réglementaire. De façon générale, il déclara à propos de la régulation du système :

« À l'heure actuelle, (...) le risque le plus considérable tient au fait que les gouvernements risquent de ne pas prendre les mesures décisives pour adapter l'ancien contexte réglementaire aux nouvelles réalités – non pas seulement pour uniformiser les règles du jeu, mais pour faire le ménage de la réglementation inutile ou démodée. Il est difficile de calculer les coûts de l'inaction ou d'une action insuffisante du gouvernement, mais ils sont tout aussi importants que ceux de l'intervention directe » (CCAI, 1995, p. 4 (chap. 7)).

Deux ans après avoir émis cette affirmation, soit en 1997, le CCAI appuyait toujours le CRTC qui en venait à assouplir sa réglementation. Toutefois, il considérait qu'il restait beaucoup à faire pour assurer une concurrence juste et durable.

À la fin de la période étudiée, alors qu'il annonçait qu'il passerait en revue le cadre réglementaire entourant la télévision canadienne, le CRTC prévoit, entre autres, évaluer la contribution de chaque entreprise à la programmation canadienne, tant à l'échelle nationale qu'internationale (CRTC 1998-44, 6 mai 1998). En fait, un des objectifs du CRTC, au cours des cinq années étudiées, était de s'assurer que toutes les entreprises canadiennes œuvrant dans le système de télévision canadien, contribuaient au maintien de l'identité canadienne et ce, de manière équitable. À cet égard, le CRTC se demanda si les exigences imposées aux diffuseurs conventionnels leur permettaient encore d'atteindre les objectifs culturels de la Loi. En fait, le Conseil jugea que le temps était venu de revoir le rôle des stations conventionnelles alors que l'environnement télévisuel faisait de plus en plus de place aux services spécialisés, payants et à la carte, lesquels s'adressent à des auditoires particuliers. Misant ainsi sur la solidité des entreprises, les objectifs culturels du CRTC se conjuguèrent de plus en plus avec des objectifs économiques lorsque le temps vint d'imposer des mesures réglementaires aux entreprises (CRTC, 19 mai 1995). Face aux services spécialisés, le Conseil s'interrogea, à savoir si leurs contributions étaient encore

suffisantes étant donné l'ampleur que prenaient ces services en terme d'auditoire, de concurrence pour les droits des émissions et d'accès aux fonds de production (CRTC 1998-44, 6 mai 1998).

#### **4.1.2.1 L'internationalisation des communications**

Comme nous l'avons mentionné plus tôt, le CRTC revit certaines de ses règles, entre 1993 et 1998, afin de s'assurer que les nouvelles technologies ne menacent pas les mesures de support au système canadien. Toutefois, étant donné que les progrès technologiques surpassaient les frontières nationales, favorisant l'augmentation de la concurrence en provenance de l'étranger, il devint de plus en plus difficile pour le Conseil de construire et de préserver des politiques culturelles canadiennes efficaces au niveau de la télévision (CRTC, 19 mai 1995). Considérant les mesures protectionnistes comme étant désormais « improductives » et « impraticables », le CRTC misa davantage sur le soutien à la production et à la distribution d'émissions canadiennes.

En ce qui concerne les produits et services culturels étrangers, notons que le CRTC n'interdit pas leur accès au système canadien. Ceux-ci permettent, en fait, aux Canadiens de s'ouvrir sur d'autres cultures. Aussi, les émissions étrangères diffusées au Canada ont des bénéfices sur l'intérêt public et sur la transmission des valeurs canadiennes étant donné les retombées publicitaires qu'elles engendrent et qui contribuent au financement de la production canadienne ainsi qu'à l'étendue des services canadiens dans toutes les régions du pays. Malgré ces bienfaits, le CRTC entretint des craintes face aux effets directs qu'apporte la concurrence étrangère sur le maintien de l'identité canadienne. Effectivement, certaines valeurs diffusées à l'intérieur des contenus étrangers, entrent en contradiction avec les valeurs canadiennes (CRTC, 19 mai 1995).

Avec le développement de la technologie numérique, les craintes existantes face à l'influence des stations frontalières américaines sur les valeurs des téléspectateurs canadiens s'intensifièrent. En 1997, le Groupe de travail mis sur pied deux ans plus tôt par le CRTC pour coordonner le déploiement de la technologie numérique déposa son rapport final. De manière générale, ses conclusions favorisèrent un déploiement rapide de la technologie numérique au Canada afin d'éviter que ne se reproduise l'erreur commise avec

les systèmes de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) au début des années 1990. Rappelons que des services de distribution par satellite américains avaient commencé à être reçus par des Canadiens avant même que le CRTC ne formule de règles concernant ce type de distribution. Dans son rapport, le Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique estima à moins d'un an le lancement en mode numérique pour les stations des dix principaux marchés américains. Considérant que plusieurs régions canadiennes seraient bientôt aptes à capter les signaux numériques en provenance des États-Unis, le Groupe de travail craignit que les Canadiens ne laissent de côté le marché télévisuel canadien au profit de la meilleure qualité d'images et de son offerte par les Américains. En fait, si cela venait à se produire, les téléspectateurs canadiens risqueraient d'être assimilés à la culture américaine. De plus, les recettes de la télévision canadienne diminueraient et les producteurs canadiens auraient ainsi plus de difficulté à produire des émissions canadiennes de qualité concurrentielle. Pour éviter que cela ne se produise, les membres du Groupe de travail fixèrent à l'an 2004, l'échéance à laquelle toutes les entreprises de distribution canadiennes devraient fonctionner en mode numérique.

Le CRTC n'ignora pas que les entreprises devraient investir beaucoup d'argent à court terme pour élaborer, développer et implanter de nouvelles techniques et installations qui résisteraient à la concurrence étrangère et offriraient un service de la meilleure qualité possible (CRTC, 19 mai 1995). Le Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique (1997), quant à lui, était conscient du fait que le passage au numérique entraînerait pour les télédistributeurs des coûts importants à court terme, coûts qui ne seraient pas équilibrés par des recettes de cet ordre. Néanmoins, il jugea que le bénéfice se verrait plutôt à long terme, considérant que plus vite la télévision numérique serait mise en place au Canada, plus vite les entreprises canadiennes seraient en mesure de retenir l'attention des téléspectateurs au moment où les services étrangers envahiraient le système canadien de radiodiffusion. Toutefois, il est important de spécifier que le Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique (1997) favorisa la mise en place d'un plan de développement clair afin d'assurer le bon déploiement de la nouvelle technologie, estimant que si le système agissait trop rapidement pour passer en mode numérique, la conversion pourrait s'avérer plus coûteuse. Conséquemment, les sommes attribuées à la programmation canadienne seraient moins grandes, influençant ainsi la quantité ainsi que la

qualité des émissions canadiennes offertes. Dans ces conditions, les téléspectateurs canadiens risqueraient de délaisser les services canadiens, pour se tourner vers des services de meilleure qualité, lesquels refléteraient toutefois des valeurs étrangères.

Puisque les développements technologiques facilitent la diffusion des contenus canadiens à l'intérieur comme à l'extérieur du pays, le CRTC ne se préoccupa pas uniquement du rayonnement de la culture canadienne à l'échelle nationale mais également au niveau international. Ainsi, le Conseil chercha à déterminer des moyens pour que les nouvelles technologies élargissent les marchés aux émissions et aux produits culturels canadiens (CRTC 1994-130, 20 octobre 1994). En fait, l'organisme de réglementation mit à un tel point sur le reflet du Canada à l'extérieur du pays, entre 1993 et 1998, qu'il en négligea l'expression des identités culturelles locales et régionales à tous les Canadiens. Même la programmation communautaire, qui était une solution pour assurer l'expression locale et régionale typiquement canadienne se trouva menacée par une politique visant à mieux positionner les entreprises canadiennes sur la scène mondiale. Pourtant, même en étant davantage compétitif sur la scène internationale, le Canada doit se mesurer aux produits et aux services étrangers, lesquels voient également leur accès aux différents marchés s'accroître avec la globalisation des marchés. Étant donné la multiplicité des canaux à l'échelle internationale, plusieurs diffuseurs étrangers sont à la recherche de contenus de qualité à diffuser. Bien sûr, les artistes et produits culturels du Canada bénéficient d'une plus grande visibilité mais du même coup, le caractère distinctif de la culture canadienne continue d'être en danger car les contenus à caractère « neutre » ont souvent plus de chance d'être exportés. En effet, les producteurs sont tentés d'uniformiser leurs émissions afin qu'elles plaisent au plus large auditoire possible, indépendamment des cultures. De ce fait, les valeurs transmises à l'intérieur des contenus risquent de s'homogénéiser, menaçant par le fait même la spécificité culturelle propre aux Canadiens (CRTC, 19 mai 1995).

#### **4.1.2.2 Les alliances entre les entreprises**

Comme nous l'avons mentionné plus tôt, le contexte de mondialisation, qui prit de l'expansion entre 1993 et 1998, rendit nécessaire la mise en place d'entreprises canadiennes viables et compétitives au niveau international. En fait, cet objectif prit beaucoup de place

dans les actions du CRTC au cours de la période étudiée, et ce, au détriment du pluralisme. Sur le plan de la culture, le Conseil jugea que seuls de grands groupes solides financièrement pourraient dorénavant faire face à la concurrence des grandes puissances étrangères (CRTC 1995-48, 24 mars 1995). En fait, si le CRTC estimait que les grosses entreprises avaient plus de moyens pour investir dans la production et l'acquisition d'émissions canadiennes de qualité, il est tout de même important de savoir que les grandes puissances internationales sont des obstacles pour le maintien de la diversité de la programmation, le seul moyen de garantir la liberté d'expression. Effectivement, la concentration de la propriété, qui mène à la construction de grosses entreprises solides, a tendance à entraîner une diminution de la diversité et de la qualité des contenus, au profit d'intérêts commerciaux. En somme, l'internationalisation des entreprises risque de mener vers l'uniformisation des contenus. Pourtant, en mai 1998, alors qu'il s'apprêtait à réviser ses politiques relatives à la télévision canadienne, le CRTC jugea que les grands groupes de propriété multiple soutenaient la programmation canadienne de façon équivalente aux réseaux traditionnels (CRTC 1998-44, 6 mai 1998).

Au fil du temps, les avancées technologiques au niveau de la distribution, la multiplication des canaux et le phénomène de mondialisation des communications entraînèrent des ennuis financiers pour plusieurs entreprises de télévision. Pour y faire face, plusieurs d'entre elles eurent tendance à fusionner leurs activités avec d'autres, que ce soit au niveau de la production, de la diffusion ou de la distribution. Ainsi, entre les années 1993 et 1998, la concentration de la propriété et l'intégration verticale s'accrurent. Notons toutefois que les changements quant à la propriété des entreprises de radiodiffusion continuèrent d'être contrôlés par le CRTC qui souhaitait ainsi que se maintienne une concurrence saine. Toutefois, puisque la rentabilité de l'industrie privée devint, pour le CRTC, un des principaux critères qui servirait la mission culturelle de la télévision, le Conseil encouragea les entreprises à s'allier entre elles et à partager leurs compétences et leurs investissements. Toutefois, il manœuvra de façon à éviter que les alliances entre les entreprises de différents domaines ne nuisent à l'épanouissement de la culture canadienne. Effectivement, il chercha à s'assurer que les alliances conclues n'entraînent pas des préférences indues pour certaines entreprises au détriment de d'autres, ce qui risquait d'affecter la diversité de la programmation canadienne. Dans ces conditions, les

télespectateurs auraient pu avoir tendance à se trouver vers des services étrangers pour varier leur écoute, ce qui aurait été à l'encontre des objectifs culturels de la Loi. Le Groupe de travail sur la culture et le contenu canadien expliqua bien cette idée dans son rapport déposé en 1995 :

« Des entreprises fusionnent pour faire face à la concurrence mondiale, pour devenir plus concurrentielles et pour profiter des avantages de l'intégration verticale et c'est pourquoi il faudra, si l'on veut maintenir l'objectif de la diversité, prendre des mesures fondamentales qui découragent le traitement préférentiel fondé sur les intérêts des propriétaires » (Groupe de travail sur la culture et le contenu canadien, 1995, p. 2 (chap. 2)).

Enfin, le CRTC encouragea également les entreprises à négocier le partage de leurs infrastructures de télédistribution. En intervenant, il chercha à s'assurer que les entreprises développeraient des stratégies de coopération en ce qui a trait à la construction et à l'utilisation des infrastructures nécessaires afin que tous les Canadiens, quelle que soit leur provenance, puissent avoir accès à des services de qualité (CRTC, 19 mai 1995).

#### **4.1.3 La régulation et la complémentarité**

En plus de soutenir la concurrence pour permettre aux téléspectateurs d'avoir accès à des choix canadiens plus grands ainsi qu'à une programmation diversifiée, le CRTC mit également sur la complémentarité : complémentarité entre le public et le privé, entre le généraliste et le spécialisé. En fait, le Conseil assigna des rôles différents aux entreprises de programmation canadiennes : les stations locales offrent des émissions locales; les réseaux offrent des émissions d'information nationales; les services spécialisés offrent une programmation thématique destinée à des auditoires particuliers; les services payants offrent des longs métrages d'intérêt général. De cette façon, les services se complètent et malgré leur grand nombre, ils ont plus de chance de rester viables et conséquemment, de contribuer à l'épanouissement de la culture canadienne grâce aux contenus qu'ils diffusent.

Au niveau de la complémentarité entre le public et le privé, notons qu'en 1998, le CRTC se questionna à savoir quels moyens pourraient être utilisés afin que les diffuseurs de ces deux secteurs produisent et diffusent ensemble le plus grand nombre d'émissions canadiennes de qualité. Aussi, cette même année, il jugea que le diffuseur public national devrait collaborer davantage avec le secteur de la production indépendante afin de

contribuer dans une plus large mesure à la programmation canadienne (CRTC 1998-44, 6 mai 1998).

#### **4.2 Synthèse**

Le chapitre qui se termine nous a donné un aperçu général de la ligne d'actions du CRTC, entre 1993 et 1998, relativement à la promotion de la culture canadienne. Concrètement, l'organisme de réglementation réaffirma l'importance qu'il accordait au maintien des politiques culturelles. Toutefois, celles-ci s'adaptèrent au nouvel environnement se dessinant en télévision. En gros, nous avons vu qu'au cours des cinq années étudiées, le CRTC eut tendance à assouplir ses méthodes de régulation afin d'atteindre un équilibre entre les obligations culturelles imposées aux entreprises et les lois du marché. En fait, pour assurer la promotion de la culture canadienne, le CRTC choisit de miser, dans une large mesure, sur des facteurs technologiques et économiques. Ainsi, pour que les téléspectateurs canadiens aient accès à des services canadiens de qualité, en quantité suffisante, et par l'intermédiaire des meilleures techniques de distribution possible, l'organisme de réglementation encouragea les entreprises canadiennes à développer de nouvelles technologies. En fait, les progrès technologiques menèrent au développement de nouveaux types de services ainsi qu'à l'augmentation de la concurrence dans le système. Dans ce contexte, le Conseil dut miser sur la rentabilité des entreprises canadiennes pour assurer le maintien du caractère canadien dans le système. Concrètement, pour continuer de favoriser le choix, la diversité et la qualité des émissions canadiennes offertes dans un environnement de plus en plus global, le CRTC décida de favoriser la concurrence, la collaboration et la complémentarité entre les entreprises.

Dans le chapitre qui suit, nous aborderons les enjeux spécifiques qui ressortent des décisions du CRTC et ce, en fonction des grands types d'entreprises. Aussi, contrairement à ce qui a été fait à l'intérieur de ce chapitre, les éléments qui seront mis en évidence dans le chapitre cinq ressortiront davantage des dossiers ponctuels que des grands dossiers constituant notre corpus d'analyse.

## Chapitre 5

### *La restructuration de l'industrie télévisuelle*

Maintenant que la ligne d'actions générale du CRTC a été clairement tracée à l'aide des grands dossiers de notre corpus d'analyse, il serait intéressant de voir si les décisions prises par le CRTC au cours de ses activités quotidiennes correspondent véritablement à sa ligne de pensées. Dans cette optique, ce chapitre se penchera principalement sur les dossiers ponctuels recueillis pour les fins de notre analyse. Au cours des paragraphes qui suivent, nous verrons de quelle façon le système de télévision canadien a subi une restructuration. Cependant, il est important de comprendre que les décisions du CRTC sont souvent appliquées à des secteurs très particuliers de l'industrie télévisuelle. Dans ce contexte, la manière qui nous a semblé la plus appropriée pour aborder l'ensemble des enjeux spécifiques liés à notre sujet d'étude se trouve à être une approche fondée sur les différents types d'entreprises. Concrètement, il sera question des moyens utilisés par le Conseil pour s'assurer que les producteurs, les diffuseurs conventionnels, les services spécialisés, payants et à la carte, les nouveaux types de services ainsi que les télédiffuseurs répondent le plus efficacement possible aux besoins et aux intérêts des Canadiens. Nous verrons quel rôle le CRTC leur a attribué pour l'avenir et quelles mesures ont été prises pour qu'ils contribuent à la culture canadienne tout en restant viables financièrement.

#### **5.1 Les producteurs canadiens**

Au cours des années 1993 à 1998, les producteurs indépendants canadiens prirent de plus en plus de place dans le système de radiodiffusion canadien. En fait, ces derniers produisent à présent la plus grande partie des dramatiques, des émissions de divertissement et des documentaires canadiens présentés à l'antenne des stations privées. En mai 1998, au moment où il révisa sa politique en matière de télévision, le Conseil attribua la bonne situation des producteurs indépendants aux politiques culturelles qu'il avait mis en place au cours des années précédentes ainsi qu'aux programmes de financement privés et publics (CRTC 1998-44, 6 mai 1998). En effet, notons à ce sujet que pendant la première moitié de la période étudiée, le Conseil percevait les programmes de financement publics et privés, disponibles au Canada, comme générant des fonds dont la proportion était insuffisante pour

contribuer à la production d'un nombre satisfaisant d'émissions canadiennes de qualité concurrentielle. Le CRTC craignait en fait qu'en l'absence de fonds canadiens supplémentaires, les producteurs soient davantage portés à se tourner vers les marchés étrangers pour trouver les investissements requis à leurs productions. Il s'inquiéta alors de l'impact de ces partenariats étrangers sur les valeurs reflétées à l'intérieur des émissions produites. En effet, le caractère canadien de ces émissions risquait d'être affaibli afin que les contenus soient plus attrayants à l'étranger. Dans ces conditions, le CRTC insista sur la nécessité pour le Canada de soutenir davantage la production d'émissions canadiennes par du financement canadien, afin de renforcer la teneur canadienne des émissions (CRTC 1993-74, 3 juin 1993 et CRTC, 19 mai 1995).

### **5.1.1 Les fonds de production d'émissions canadiennes**

Se souciant de la disponibilité des émissions canadiennes dans l'environnement des services multiples, le CRTC ne fut pas sans se préoccuper du financement des émissions canadiennes, entre 1993 et 1998. De façon générale, une programmation canadienne de haute qualité coûte cher à produire relativement à la taille du marché canadien. Dans ce contexte, les forces du marché ne peuvent, à elles seules, répondre entièrement aux besoins spécifiques des Canadiens parce que ceux-ci ne sont pas assez nombreux pour former un marché viable. Aussi, les producteurs canadiens, contrairement à leurs homologues américains, ne peuvent s'attendre à recouvrer plus d'une fraction de leurs coûts de production à partir des ventes de droits de diffusion à l'échelle nationale. De plus, les coûts d'acquisition des droits de diffusion pour ces émissions sont plus élevés que ceux des émissions américaines, ce qui n'incite pas les diffuseurs canadiens à acquérir des productions canadiennes. Ceci explique donc l'état de sous-représentation des émissions canadiennes constaté par le CRTC, état qui s'aggrave en période de creux financier pour les genres d'émissions les plus chers à produire, comme les dramatiques (CRTC 1994-10, 10 février 1994) :

« (...) la plupart des films et des émissions de télévision de genre dramatique, documentaire, enfants et arts du spectacle seraient virtuellement impossibles à produire au Canada sans une subvention ou une aide quelconque de l'État. C'est particulièrement vrai pour les productions plus complexes qui portent sur des thèmes canadiens et sont d'abord destinées à des auditoires canadiens » (Rapport Juneau, chap. III, partie 2, p. 2.)

Devant de telles conditions, le CRTC tenta de voir, entre 1993 et 1998, à ce que les producteurs canadiens aient accès à des sources de financement alternatives afin d'assurer le choix, la diversité et la qualité des émissions canadiennes produites et diffusées et ainsi contribuer à l'épanouissement de la culture canadienne. De là, il favorisa la création de deux nouveaux fonds de production d'émissions canadiennes. En agissant de la sorte, le Conseil assurait la création de nouvelles émissions canadiennes. Aussi, il favorisait une plus grande diversité au niveau des genres d'émissions produites et diffusées. Conséquemment, il permettait à la programmation canadienne de répondre plus adéquatement aux intérêts et aux goûts variés des téléspectateurs canadiens. Ce faisant, les valeurs canadiennes à l'intérieur des émissions avaient plus de chance d'être transmises.

En 1993, suite à l'audience sur la structure de l'industrie, le CRTC décida que les distributeurs contribueraient financièrement à la production d'émissions canadiennes. En effet, à ce moment, seuls les diffuseurs y consacraient directement une partie de leurs recettes. Les distributeurs, quant à eux, contribuaient en exploitant des canaux communautaires, en effectuant la substitution des signaux identiques et en respectant la distribution obligatoire (CRTC 1993-75, 3 juin 1993). Parmi les mécanismes de financement qui furent proposés à l'audience, le Conseil adopta l'idée de l'Association canadienne de télévision par câble (ACTC) qui suggérait que ses membres fournissent, collectivement et de façon volontaire, des sommes d'argent à affecter à un fonds de production d'émissions canadiennes nommé le Fonds de production des câblodistributeurs (FPC). Pour assurer l'apport du FPC, le CRTC fixa lui-même la somme des contributions qui devrait y être déposée par les câblodistributeurs à 300 millions de dollars sur cinq ans. Aussi, il exigea que le FPC soit permanent plutôt que temporaire, tel que l'avait d'abord prévu l'ACTC (CRTC, 1994-10, 10 février 1994).

En gros, le FPC encourageait la production d'émissions canadiennes appartenant à des catégories sous-représentées et diffusées aux heures de grande écoute. Pour avoir accès à du financement, les émissions devaient obtenir un minimum de huit points sur l'échelle qui détermine si une émission est considérée comme étant canadienne ou non. Quant aux heures auxquelles les émissions étaient diffusées, il s'agissait de la période s'écoulant entre 19 heures et 23 heures pour toutes les catégories d'émissions, à l'exception des émissions

pour enfants, qui devaient être diffusées aux heures où les enfants étaient le plus à l'écoute. Le Conseil tenait également à s'assurer que les producteurs indépendants aient accès au fonds dans une plus large mesure. De façon précise, c'est 67 % du fonds qui leur était destiné. L'autre 33 % était affecté à des émissions produites par des producteurs affiliés à des diffuseurs privés. Notons à ce sujet que les diffuseurs publics et privés ne pouvaient profiter du fonds pour produire eux-mêmes des émissions qu'ils auraient diffusées. Aussi, préoccupé par les besoins des habitants des régions éloignées ainsi que par l'expression des créateurs et artistes locaux et régionaux, le Conseil exigea du FPC qu'il soutienne la production d'émissions canadiennes reflétant les régions isolées et ce, en tenant compte des besoins des producteurs et des diffuseurs de toutes les régions (CRTC 1994-10, 10 février 1994). Ainsi, le Conseil s'assura que les habitants de toutes les régions du Canada puissent partager leur culture.

Avec l'augmentation du nombre de services de télévision au fil des ans, la quête de nouveaux contenus se fit plus ardue. Dans ces conditions les demandes de financement pour des projets d'émissions s'accrurent et les fonds de production ne suffirent plus à la demande. Face à cela, la télévision de langue française eut tendance à réduire la part de son budget affectée à chaque émission. Du côté anglophone, la proportion de projets destinée au marché américain augmenta (Rapport Juneau, 1996). Conséquemment, les efforts du CRTC pour assurer une plus grande présence canadienne à la télévision furent affectés.

En 1996, considérant les sommes allouées à la production d'émissions canadiennes de catégories sous-représentées comme étant encore insuffisantes, même après la mise sur pied du FPC, le CRTC fit des contributions des distributeurs, un acte obligatoire plutôt que volontaire. Ces contributions seraient remises à un nouveau fonds de production nommé le Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes (FTCPEC) auquel serait intégré le FPC. Le FTCPEC fut donc créé en tant que partenariat entre le gouvernement et les programmes de financement des câblodistributeurs. Tous les diffuseurs et les distributeurs canadiens participèrent, dès lors, au FTCPEC, qu'ils soient issus du secteur public, privé ou spécialisé et aussi quelle que soit la nature du service offert.

Pour rejoindre les intérêts et les besoins d'un plus grand nombre de téléspectateurs canadiens, quel que soit leur âge, leur culture ou leur langue, le FTCPEC encouragea, dès sa création, les projets de différents diffuseurs. Par exemple, notons qu'en 1998, l'équipe du FTCPEC consacra les deux tiers des sommes constituant le fonds à la production de langue anglaise. L'autre tiers fut affecté à la production en langue française. Plus particulièrement, le fonds chercha à investir dans la production francophone hors-Québec et dans la production anglophone au Québec. De plus, un million de dollars fut alloué, cette même année, à la production en langue autochtone (FTCPEC, 1998). Aussi, notons que le FTCPEC profita à toutes les régions canadiennes. En effet, pour accroître le nombre de productions régionales, l'équipe du fonds réduisit, entre autres, ses exigences en matière de droits de diffusion pour les projets régionaux. Ceci eut pour conséquence de pousser les producteurs à prendre davantage d'engagements envers la production régionale, ce qui contribua au reflet des régions à travers la programmation (FTCPEC, 1997). L'équipe du FTCPEC contribua également à la « canadianisation » de la programmation des grilles horaires de Radio-Canada. En fait, des 200 millions de dollars qu'elle distribua annuellement, la moitié fut affectée à des productions diffusées par la SRC (FTCPEC, 1998). Le diffuseur public national accrut ainsi la proportion de sa programmation canadienne aux heures de grande écoute, tout en répondant à la demande du CRTC qui s'attendait à ce qu'il achète, aux producteurs indépendants, 50 % de sa programmation (CRTC 94-437, 27 juillet 1994).

À ses débuts, le FTCPEC fut accessible selon la politique du premier arrivé, premier servi. L'aide fut accordée aux différentes productions quelle que soit la grosseur du budget (FTCPEC, 1997). Deux ans après sa création, soit en 1998, le fonds fit face à des difficultés administratives, dues à un trop grand nombre de demandes d'aide financière. La politique du « premier arrivé, premier servi » fit alors place à la politique de la « production de haute qualité, à teneur canadienne élevée » (FTCPEC, 1998, p. 4). Aussi, lorsqu'il fut créé, le FTCPEC était une initiative à court terme devant s'étendre sur trois ans. Le CCAI et le Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique suggérèrent, en 1997, qu'il soit prolongé indéfiniment étant donné la concurrence étrangère de plus en plus vive. En 1998, la ministre du Patrimoine annonça son prolongement jusqu'en 2001 (FTCPEC, 1998).

### 5.1.2 Les ententes de coproduction avec l'étranger

Outre les fonds de production d'émissions canadiennes, les ententes de coproduction établies avec des partenaires investisseurs étrangers – bien souvent des Américains – constituent un moyen alternatif pour les producteurs canadiens de financer leurs émissions. Bien que les producteurs étrangers contribuent souvent à une importante source de financement pour plusieurs émissions de qualité qui sont ensuite diffusées au Canada, les mesures utilisées pour déterminer si ces coproductions peuvent bel et bien être considérées comme des produits à saveur canadienne sont problématiques. En effet, il arrive que des producteurs se débrouillent pour qu'on ne puisse associer l'endroit du tournage au Canada malgré que la production soit dirigée, écrite et personnifiée par des Canadiens et considérée comme canadienne. En fait, les producteurs manœuvrent pour que la série rencontre le minimum de points exigés pour qualifier la production de « canadienne ». En 1996, un comité d'examen, mis sur pied quelques mois plus tôt par le gouvernement fédéral pour revoir la mission et le financement de trois organismes publics, remit son rapport final. Discutant du financement public à la production, le Rapport Juneau indiqua qu'en 1994, les projets qui méritèrent six ou sept points représentaient 35 % de la production canadienne (1996). Au sujet de ces productions, le Comité Juneau déclara :

« Cette production est une source vitale d'emplois pour les Canadiens, mais elle ne reflète que très peu le Canada dans l'ensemble. C'est une production largement financée par les Américains et destinée au marché américain » (1996, chap. IV, partie 1, p. 13).

Le Comité Juneau fit également noter que la proportion de coproductions avait augmenté deux fois plus vite que les productions canadiennes méritant huit points ou plus. Devant ce constat, le Comité jugea que seuls les Canadiens pouvaient financer des émissions « authentiquement canadiennes ». Il déclara, en effet, qu'il était primordial, à son avis, que les ressources soient entièrement consacrées « au soutien d'émissions de télévision et de films anglais et français qui, destinés principalement au Canada (...), explorent la réalité canadienne, racontent des histoires canadiennes et servent les intérêts et les besoins des Canadiens » (Chap. IV, partie 2, p. 2).

En ce qui a trait à la définition même d'une émission « canadienne », le CCAI émit quelques critiques dans son rapport déposé en 1997. En fait, il contesta le fait que cette

définition, qu'il qualifia d'« industrielle », soit fondée sur la résidence plutôt que sur le thème ou les valeurs de l'émission. Pour sa part, le Comité Juneau déclara en 1996 :

« Les expressions vagues comme « politiques culturelles », « émissions canadiennes » ou « contenu canadien » ne définissent pas adéquatement un mandat culturel. On donne aujourd'hui à « contenu canadien » et « émissions canadiennes » une interprétation si générale qu'elle englobe fréquemment des productions conçues principalement pour l'auditoire américain. La capacité des producteurs canadiens de produire des émissions de télévision pour le marché des États-Unis témoigne d'un remarquable sens des affaires et d'une indéniable compétence professionnelle, mais les avantages qui en découlent sont économiques et industriels, non pas culturels. Les résultats sont même préjudiciables à la culture canadienne, dans la mesure où les productions destinées au marché américain remplacent les émissions qui devraient être réalisées pour l'auditoire canadien ou absorbent les subventions qui seraient normalement affectées aux émissions réalisées principalement pour la consommation nationale » (Chap. IV, partie 3, p. 8-9).

Estimant que les productions dites « canadiennes » devaient être destinées à des auditoires canadiens, le Comité Juneau (1996) jugea que les projets d'émissions issus de traités de coproduction du Canada avec l'étranger ne devraient pas obtenir de financement de la part des fonds de production d'émissions canadiennes.

Bien que le problème lié à la définition d'une émission canadienne était déjà soulevé lorsque débuta notre période d'étude, c'est uniquement en mai 1998, lors de l'annonce de la révision de sa politique relative à la télévision canadienne, que le CRTC entreprit des démarches pour y mettre un terme (CRTC 1998-44, 6 mai 1998). Pourtant, les critères utilisés par le CRTC pour déterminer le caractère canadien d'une émission forment le pilier du cadre réglementaire du CRTC en ce qui a trait au contenu canadien. Ainsi, peut-être le CRTC s'éloigna-t-il de l'essence même de son objectif qui est de favoriser l'épanouissement de la culture canadienne. En effet, alors qu'il fixa une grande part de ses actions autour du soutien à la production, à la diffusion ainsi qu'à la distribution d'émissions canadiennes, entre 1993 et 1998, il omit de s'assurer que ces émissions dites « canadiennes » reflétaient vraiment la culture et les valeurs de ce pays.

## **5.2 Les programmeurs canadiens**

Comme nous l'avons mentionné dans le chapitre qui précède, le CRTC fit preuve de plus en plus de souplesse envers l'industrie entre 1993 et 1998. Au niveau de la programmation en général, un exemple illustre très bien cette dernière affirmation. Il s'agit

des actions entreprises par le CRTC, entre octobre 1993 et juin 1997, pour protéger les téléspectateurs, notamment les enfants, contre les mauvais effets de la violence et ce, tout en respectant la liberté d'expression de l'industrie (CRTC 1995-5, 3 avril 1995). Au cours de cette période, le CRTC voulut éviter que les comportements violents présentés à l'écran, particulièrement à l'intérieur des contenus américains, ne soient intégrés aux valeurs des jeunes canadiens. Suite à une vaste consultation publique, le CRTC décida de procéder en coopérant avec l'industrie via l'autoréglementation. Dans sa politique concernant la violence à la télévision, politique qui fut adoptée en mars 1996, le CRTC appuya différents moyens : des codes de l'industrie, un système de classification des émissions à l'échelle de l'Amérique du Nord, la technologie du contrôle parental<sup>5</sup>, l'initiation aux médias ainsi que la sensibilisation du public à la violence présentée à l'écran (CRTC 1996-36, 14 mars 1996). C'est l'organisme d'autoréglementation nommé le Conseil canadien des normes de radiodiffusion (CCNR) qui veille aujourd'hui au respect du Code sur la violence de l'ACR, lequel fut rendu public en 1993. Notons que les entreprises canadiennes de télévision payantes et à la carte emboîtèrent le pas en établissant elles aussi leur propre code concernant la violence, lequel fut intégré au Code de cette industrie en 1994 (CRTC 1994-155, 21 décembre 1994). En laissant au CCNR le soin de faire appliquer le Code sur la violence, le Conseil adopta un rôle de superviseur plutôt que de législateur (CRTC 1993-149, 28 octobre 1993). Cependant, le Conseil demanda au CCNR de lui faire des rapports périodiques pour le tenir au courant des progrès de l'industrie face à la mise en place du système de classification des émissions (CRTC 1997-80, 18 juin 1997).

### **5.2.1 Les télédiffuseurs privés conventionnels**

Entre 1993 et 1998, avec la multiplication des canaux qui mena à l'accroissement de la fragmentation des auditoires, les recettes publicitaires des entreprises de programmation se trouvèrent à diminuer. Conséquemment, les baisses de revenus affectèrent la capacité des programmeurs de respecter leurs obligations culturelles. Pour pallier cette situation, certains diffuseurs conventionnels se taillèrent une niche à l'intérieur de leur marché, de manière à retenir des auditoires particuliers et les recettes publicitaires y étant associées. Ce fut le cas, entre autres, des stations de télévision privées de langue anglaise :

---

<sup>5</sup> Il s'agit d'une technologie appelée « puce antiviolence » qui permet aux parents de sélectionner eux-mêmes les émissions en fonction d'un seuil de violence qui convienne à leur famille.

« Les stations locales conventionnelles continuent de fournir des services d'intérêt général, mais un certain nombre de titulaires tentent de se démarquer en se concentrant sur certaines catégories d'émissions, comme les nouvelles locales, les sports ou les divertissements, ou encore en ciblant un pourcentage important d'émissions sur des auditoires particuliers comme les jeunes, les adultes urbains ou, dans certains cas, les enfants » (CRTC 1995-48, 24 mars 1995, p. 3 (partie 1)).

En 1995, alors qu'il procédait au renouvellement des licences de plusieurs stations locales anglophones, le CRTC remarqua cette situation. Après réflexion, il conclut que chaque station conventionnelle n'était pas tenue d'offrir tous les types d'émissions puisque les services spécialisés couvraient différents secteurs, quelquefois sous-représentés. Toutefois, il estima que les stations conventionnelles locales ne devaient pas cesser d'offrir un large éventail d'émissions étant donné la proportion des foyers canadiens n'ayant pas le câble (23%) et ne recevant pas, de ce fait, les signaux des canaux spécialisés (CRTC 1995-48, 24 mars 1995).

Au cours de l'audience menant au renouvellement de licence de ces stations locales anglophones, le Conseil considéra insuffisante la proportion d'émissions canadiennes de divertissement présentée à l'antenne de ces stations et ce, particulièrement en soirée. En fait, pour la dernière année de leur licence, au cours de la soirée, la proportion des émissions de divertissement canadiennes ne représenta que 25 % de l'ensemble des émissions de ce genre. Souhaitant assurer une souplesse suffisante à ses règles afin que les diffuseurs concernés soient aptes à remplir leurs obligations, le CRTC permit à ceux qui récoltaient plus de dix millions de dollars annuellement en recettes publicitaires de choisir entre deux types de conditions de licence. Concrètement, la première condition exigeait un minimum de dépenses en programmation de divertissement canadien alors que la seconde imposait un minimum d'heures de diffusion de ce même type d'émission en soirée. Dans ce dernier cas, il s'agissait de cinq heures et trente minutes hebdomadaires d'émissions canadiennes de divertissement au cours de la première année de la nouvelle licence, proportion qui pouvait être haussée jusqu'à sept heures au cours de la dernière année. De plus, le crédit de temps de 150 % pour les dramatiques canadiennes ne s'appliquait pas pour les diffuseurs choisissant cette condition de licence. Quant aux diffuseurs conventionnels privés anglophones dont les recettes publicitaires n'atteignaient pas les dix millions de dollars annuellement, ils devaient se soumettre à une contribution fondée sur leurs recettes

(CRTC 1995-48, 24 mars 1995). En somme, selon le mode de contribution choisi, les diffuseurs se trouvèrent à favoriser l'épanouissement de la culture canadienne en diffusant ou en finançant des émissions de divertissement canadiennes.

Entre 1993 et 1998, le Conseil chercha à mettre en place des mesures commerciales pour s'assurer que les diffuseurs privés seraient toujours en mesure de respecter leurs engagements envers la culture. En 1993, il examina la possibilité d'augmenter le nombre de minutes de publicité par heure d'horloge afin d'accroître les recettes publicitaires des télédiffuseurs. Rappelons que plusieurs télédiffuseurs avaient vu leurs revenus diminuer, au cours des années, suite à l'accroissement de la fragmentation de l'auditoire. Les opinions des intervenants à l'audience publique portant sur cette question furent très divergentes. Des arguments cités, l'idée la plus évoquée fut celle selon laquelle une augmentation du nombre de minutes de publicité par heure d'horloge accroîtrait l'« encombrement » publicitaire. En conséquence, les téléspectateurs ne toléreraient pas de voir s'interrompre davantage le cours de leurs émissions. Dès lors, étant donné la multitude de choix disponibles, ils seraient tentés de se tourner vers d'autres canaux. Dans ces conditions, l'augmentation du nombre de minutes de publicité par heure d'horloge aurait un impact négatif sur l'écoute des canaux canadiens et, par conséquent, sur la transmission des valeurs canadiennes à travers les contenus (CRTC 1994-37, 29 mars 1994).

Plutôt que d'augmenter le nombre de minutes de publicité par heure, des intervenants à l'audience suggérèrent au CRTC de permettre aux diffuseurs d'offrir des émissions publicitaires payées au cours de la journée de radiodiffusion et non seulement entre minuit et six heures du matin. Cette pratique permettrait ainsi aux diffuseurs d'augmenter les recettes liées à ce genre de publicité, recettes qui, à ce moment, étaient dans une grande proportion perdues au profit des stations frontalières américaines. Ceci représentait d'ailleurs des pertes pour le système canadien et par le fait même pour sa programmation. Étant donné que les recettes publicitaires permettent aux diffuseurs privés de respecter leurs engagements en matières d'émissions canadiennes, le CRTC considéra sérieusement cette possibilité et finit par y adhérer en novembre 1994. Toutefois, il prit des dispositions pour s'assurer que les infopublicités diffusées pendant le jour ne contribueraient pas à réduire le nombre d'émissions canadiennes élaborées ou diffusées par

les programmeurs. Ainsi, les infopublicités ne pourraient être calculées dans la proportion d'émissions canadiennes diffusées (CRTC 1994-37, 29 mars 1994). Aussi, en permettant aux stations de télévision privées de diffuser des émissions publicitaires au cours de leur journée de diffusion, le CRTC dit s'attendre à ce qu'une partie des revenus tirés de cette activité soit investie par les diffuseurs dans la production d'émissions canadiennes : « (...) à des recettes publicitaires additionnelles provenant des infopublicités correspondra un accroissement équivalent des contributions au financement des émissions canadiennes » (CRTC 1994-37, 29 mars 1994, p. 3). En somme, par les revenus qu'elles engendrèrent, les émissions publicitaires payées contribuèrent à l'épanouissement de la culture canadienne.

Entre 1993 et 1998, outre la publicité, le CRTC compta également examiner différentes possibilités de substitution plus évoluée afin de permettre aux diffuseurs d'amasser des recettes publicitaires supplémentaires de plusieurs millions de dollars chaque année. En fait, le problème avec la politique de la substitution simultanée, c'est qu'elle ne s'appliquait pas dans le cas où une émission était diffusée sur deux canaux à des heures différentes ou dans le cas où c'était des épisodes différents de la même série qui étaient diffusés au même moment. Le Conseil décida de consulter la population face à cette question car il souhaitait éviter que l'adoption d'un mode de substitution dit « évolué » ne réduise le choix d'émissions auquel les téléspectateurs auraient accès à un moment précis. Ainsi, l'organisme de réglementation prévint tenir une audience publique à ce sujet en 1997 (CRTC 1997-7, 10 janvier 1997). Cependant, le processus public fut finalement remis à plus tard, le CRTC ayant décidé de l'inclure à l'intérieur de l'audience sur l'avenir de la programmation canadienne, laquelle fut tenue en dehors du cadre de notre étude, soit à la fin de l'année 1998 (CRTC 1997-7-2, 9 avril 1997).

### **5.2.2 La Société Radio-Canada**

Entre 1993 et 1998, le CRTC s'inquiéta de la capacité de la Société Radio-Canada (SRC) à respecter ses objectifs culturels dans un contexte où le nombre de services de programmation augmentait, où les crédits budgétaires qui lui étaient attribués ne cessaient de diminuer et où, par conséquent, la proportion de recettes liées à la vente de publicité s'accroissait :

« À moins qu'elles ne soient compensées par de nouvelles recettes qui ne dépendent pas de la vente de temps d'antenne, les coupures de crédits parlementaires peuvent entraîner une diminution du calibre ou de la qualité de la programmation, ou bien amener la SRC à compter davantage sur les genres d'émissions conçues pour attirer la publicité, la forçant ainsi à plaire à de plus vastes auditoires pour générer des revenus, aux dépens d'une programmation qui lui permettrait davantage de s'acquitter de son mandat » (CRTC 94-437, 27 juillet 1994, p. 5).

En 1994, lors du renouvellement des licences de télévision de la SRC, le Conseil constata que la programmation de la Société d'État ressemblait de plus en plus au secteur privé. Effectivement, les émissions diffusées à l'antenne du diffuseur public national étaient davantage choisies en fonction d'objectifs commerciaux. En procédant de la sorte, la SRC souhaitait attirer le plus large auditoire possible de manière à hausser ses revenus publicitaires. En somme, la Société d'État avait de plus en plus tendance à percevoir l'auditeur canadien comme un consommateur d'émissions plutôt que comme un citoyen, ce qui allait à l'encontre de son mandat. Malgré sa précarité financière, le CRTC jugea, cette année-là, que la SRC devrait s'en remettre dans une moindre mesure à la publicité pour augmenter ses recettes. D'ailleurs, il faut savoir que le niveau de recettes publicitaires était déjà difficile à maintenir dans un univers à canaux multiples où l'auditoire avait tendance à se fragmenter toujours davantage. Cette même année, la SRC avoua n'avoir pas respecté tous les engagements pris lors de son précédent renouvellement de licence, expliquant cette situation en évoquant la baisse de ses crédits budgétaires. Ainsi, considérant les obstacles auxquels faisait face la SRC et étant donné l'importance qu'il lui attribuait, le Conseil renouvela les licences du diffuseur public national pour une période plus courte, soit pour cinq ans plutôt que sept. En procédant de la sorte, le CRTC prévint réexaminer le rôle et la manière dont la SRC poursuivrait ses priorités culturelles et satisferait à ses attentes avant l'arrivée du nouveau millénaire (CRTC 94-437, 27 juillet 1994).

Près de deux ans après le renouvellement des licences de la SRC, soit en janvier 1996, le Comité d'examen des mandats (ou Comité Juneau) remit son rapport final. Règle générale, les conclusions de ce rapport suivirent la même ligne de pensée que celles du CRTC relativement à la SRC. La citation suivante reflète bien ses préoccupations :

« (...) l'écart entre les objectifs déclarés et le contenu réel des émissions est particulièrement prononcé au réseau anglais de la SRC. La chaîne s'est subtilement détournée des émissions pour enfants et des dramatiques sérieuses; elle a produit ou commandé des émissions plus

prosaïques sur les arts et des émissions scientifiques moins originales; et elle a affecté moins d'argent aux émissions locales et régionales. La SRC a souvent laissé entendre (à juste titre) que la réduction de ses budgets gênait ses activités, mais elle a omis de dire qu'elle mettait l'accent sur les cotes d'écoute et les recettes publicitaires et n'a pas parlé non plus de l'effet délétère de cette situation sur la qualité et l'assemblage de ses émissions » (Rapport Juneau, janvier 1996, p. 10 (chap. 2 (5.))).

Au moment où il procédait à l'examen du mandat de la SRC, le Comité Juneau (1996) se demanda si la télévision publique avait encore sa place dans le système canadien de télévision. Cette question survenait alors que certaines personnes jugeaient les nombreux canaux privés bientôt disponibles, comme offrant tout ce dont les téléspectateurs pourraient avoir besoin, rendant inutile la présence de diffuseurs publics. Dans son rapport final, le Comité Juneau rejeta cette idée, estimant qu'un plus grand choix ne signifierait pas nécessairement une plus grande diversité et que les catégories d'émissions sous-représentées, telles les dramatiques canadiennes ou les documentaires, seraient toujours en proportions insuffisantes chez les diffuseurs privés. En fait, le Comité estima que les diffuseurs commerciaux misaient beaucoup sur le côté divertissant pour attirer les téléspectateurs, laissant souvent de côté les informations. De l'avis du Comité d'examen des mandats, il faut continuer de financer le secteur public en autant que la SRC coordonne ses actions pour se distinguer davantage des stations privées. Pour ce faire, le Comité estima que la SRC devrait remplacer toutes les stations privées affiliées par ses propres stations. D'autre part, il jugea que la SRC devrait éliminer presque totalement la publicité commerciale de ses deux chaînes généralistes, suggérant comme sources de revenus alternatives, la vente d'émissions à l'étranger, les reprises d'émissions ainsi que l'introduction de nouveaux services spécialisés.

Deux ans plus tôt, le CRTC estima, lui aussi, primordial que la programmation de la SRC s'éloigne du genre de programmation offert par les diffuseurs privés. Aussi, jugea-t-il important que le diffuseur public national demeure un service populaire et non un « refuge » pour des groupes minoritaires. Bref, chaque Canadien devrait être en mesure d'y trouver quelque chose répondant à ses intérêts et à ses besoins et ce, quel que soit sa langue (francophone ou anglophone), sa culture, son âge et la région qu'il habite. En effet, puisqu'elle est présente sur tout le territoire canadien, la Société d'État gagne à rejoindre les intérêts de tous les Canadiens. C'est ainsi qu'elle favorise la transmission et le partage

des valeurs canadiennes entre les différents habitants du Canada. À cet effet, le Conseil demanda à la SRC, en 1994, de continuer d'adapter ses émissions pour les marchés linguistiques minoritaires et notamment pour les besoins et intérêts des téléspectateurs francophones hors-Québec. Quant aux engagements de la SRC envers les différentes cultures, la Société dit s'employer à présenter et à créer des émissions « interculturelles ». En 1994, le CRTC remarqua d'ailleurs avec satisfaction que la SRC représentait de plus en plus les populations autochtones ainsi que les autres minorités culturelles dans ses émissions, et ce, en évitant les stéréotypes négatifs (CRTC 94-437, 27 juillet 1994). En exposant les comportements véritables et en reflétant les valeurs réelles de ces populations, la SRC aide les Canadiens à mieux connaître les autres cultures formant la nation. Ainsi, des préjugés et des jugements sans fondement ont moins tendance à être portés.

Outre la représentation des diverses cultures, le CRTC se soucia également de la représentation des différents groupes d'âge à travers la programmation de la SRC, en 1994. En fait, il s'inquiéta du faible niveau d'émissions canadiennes pour enfants et pour jeunes présentées sur les deux réseaux de la Société d'État. Souhaitant éviter que les enfants et les jeunes, qui sont les futurs téléspectateurs, soient tentés de se tourner vers les canaux américains - ce qui équivaldrait à leur transmettre des valeurs et l'influence du modèle américain plutôt que canadien - le Conseil fit de ce type de programmation une priorité suivant celle sur le contenu canadien. Il fit remarquer que les enfants représentaient 22 % de la population canadienne et qu'en conséquence, des émissions s'adressant à eux et représentant les valeurs et l'identité canadiennes devaient être disponibles. Il exigea donc de la SRC qu'elle mise davantage sur ce genre d'émissions afin de donner aux jeunes un sens du Canada. Le Conseil fit d'ailleurs remarquer que le réseau anglophone de la Société avait vu son niveau d'émissions de ce type diminuer constamment au cours de sa précédente licence (CRTC 94-437, 27 juillet 1994).

Face aux émissions pour enfants, le Comité Juneau (1996) avoua que la Société d'État avait beaucoup d'avance sur les réseaux privés quant à la présentation d'émissions éducatives plutôt que commerciales. Toutefois, il déplora le fait que ces émissions ne soient pas mises à jour assez fréquemment, surtout du côté anglophone. Il faut comprendre ici que devant un trop grand nombre de reprises d'émissions, les jeunes téléspectateurs canadiens

peuvent être portés à se tourner vers d'autres canaux, notamment vers des canaux américains, par manque de nouveauté chez les diffuseurs canadiens. Si cela vient à se produire, les enfants et les adolescents se trouvent assaillis, dès leur jeune âge, par la culture des États-Unis. Ils grandissent alors entourés par des valeurs américaines et sont ensuite portés à communiquer ces valeurs à leur entourage.

Lors du renouvellement des licences de la SRC, en 1994, le Conseil demanda également à la Société d'État de couvrir toutes les régions canadiennes. Notons que dans sa licence précédente, le diffuseur public national n'avait pas rempli son engagement de desservir tous les territoires isolés, notamment les régions du nord. Malgré cela, le Conseil se dit satisfait d'observer que la SRC procédait graduellement, depuis 1987, au remplacement de ses stations affiliées par des émetteurs lui appartenant. Ce sentiment de satisfaction s'explique par les intérêts commerciaux qu'entretiennent ces stations affiliées, issues du secteur privé (CRTC 94-437, 27 juillet 1994). En effet, lorsqu'elle fait affaire avec des affiliées, la SRC doit adapter sa programmation pour éviter, autant que possible, que les affiliées ne remplacent ses émissions diffusées aux heures de grande écoute, par des émissions répondant davantage à leurs objectifs mercantiles. En fait, comme nous l'avons expliqué plus tôt, puisque les diffuseurs vendent leurs audiences aux annonceurs, les émissions des stations privées sont choisies pour maximiser les niveaux d'écoute. Ainsi, l'influence exercée par les annonceurs sur les décisions de programmation décourage la création d'émissions s'adressant à des minorités ou à des goûts spécialisés, et peut ainsi travailler contre l'intérêt public (Ellis, 1992). Toutefois, grâce aux compensations financières que leur offre la SRC, les affiliées diffusent une certaine proportion d'émissions locales et régionales – émissions que la Société d'État ne peut elle-même fournir. Dans ces conditions, le Conseil avoua souhaiter que la grille-horaire complète de la SRC soit offerte à tous les Canadiens quel que soit le territoire. Toutefois, il ne voulut pas compromettre la prestation du service local par les affiliées encore existantes (CRTC 94-437, 27 juillet 1994). Rappelons l'importance de la programmation locale pour l'épanouissement de la culture canadienne. En fait, celle-ci est un important instrument pour représenter la culture d'un pays et en favoriser l'épanouissement. En effet, elle cible les besoins et les intérêts précis des communautés formant le Canada. Aussi, elle reflète plus fidèlement les valeurs des habitants des différentes régions canadiennes.

Toujours en 1994, le CRTC voulut s'assurer qu'au cours de sa nouvelle licence, la programmation de la Société d'État refléterait la diversité régionale du Canada et répondrait aux goûts et aux besoins de tous les habitants. En fait, dans ses promesses de réalisation, la SRC prévoit recentrer le rôle de sa télévision régionale en redéfinissant la programmation de ses réseaux et de ses stations régionales, en maximisant l'utilisation des productions régionales sur son réseau et en tenant compte des régions dans une plus large mesure pour sa couverture journalistique. Bien qu'il fut satisfait de constater que les deux réseaux du diffuseur public avaient dépassé ses attentes en matière de production régionale, le Conseil demanda à la SRC d'accroître sa proportion d'émissions régionales sur ses deux réseaux et ce, en misant sur des programmes autres que des émissions de nouvelles. Aussi, le CRTC spécifia que la notion de « production régionale » ne signifiait pas nécessairement du « reflet régional ». En effet, une émission dite « régionale » ne peut pas toujours être associée à une région en particulier, sa géographie, son histoire, ses habitants, etc. Dans ces conditions, pour que la SRC contribue vraiment à représenter la culture des régions canadiennes, le CRTC l'encouragea à accroître son nombre d'heures d'émissions destinées au *reflet* régional à chaque semaine et ce, même s'il est impossible de quantifier ce type d'émission (CRTC 94-437, 27 juillet 1994).

Aussi, lors du renouvellement des licences de télévision conventionnelle de la SRC, le CRTC demanda à la Société d'État de hausser ses niveaux de contenu canadien au-dessus des attentes de la Loi. En fait, les règles de contenu canadien appliquées à la SRC représentaient pour le CRTC, la plus importante priorité pour les années à venir :

« Le Conseil estime que son objectif à long terme pour la SRC de canadianiser à 90 % en moyenne, sur une base annuelle, les grilles-horaires pour toute la journée des réseaux anglais et français de télévision et d'atteindre un niveau de 25 heures par semaine d'émissions canadiennes au cours de la période de radiodiffusion en soirée de 19h à 23h, (...) demeure la priorité à long terme la plus importante » (CRTC 94-437, 27 juillet 1994, p. 4 (3<sup>ème</sup> partie)).

En haussant la proportion d'émissions canadiennes à diffuser, le CRTC souhaitait que la SRC contribue davantage à promouvoir la culture propre aux Canadiens. Concrètement, le Conseil établit le niveau minimum à atteindre pendant la journée de radiodiffusion à 65 % pour le réseau anglophone et à 75 % pour le réseau francophone. En

soirée, le CRTC enjoignit les deux réseaux à maintenir un niveau minimum de 80 % d'émissions canadiennes. Au cours de leur précédente licence, notons que les niveaux de contenu canadien des deux réseaux de la SRC, tant le jour que le soir, dépassaient les 80 % et ce, à la grande satisfaction du Conseil.

Si le CRTC n'estima pas opportun que l'ensemble des émissions présentées à l'antenne de la SRC soit canadien, c'est parce qu'il souhaitait que les téléspectateurs canadiens puissent connaître d'autres cultures. D'ailleurs, en tant qu'institution publique, la SRC a pour mandat de s'ouvrir au reste du monde en présentant des émissions non canadiennes de qualité. Toutefois, le CRTC jugea que la Société d'État devait diversifier la provenance de ses émissions étrangères puisqu'une large proportion des émissions non canadiennes diffusées dans le système de télévision canadien était d'origine américaine et que plusieurs valeurs transmises à l'intérieur de ces émissions ne concordaient pas avec les valeurs des Canadiens. Cette pratique ne constitua pas une censure aux produits américains puisque les stations canadiennes commerciales présentaient des émissions américaines en abondance et que plusieurs canaux américains pouvaient être captés au Canada (Comité d'examen des mandats, 1996). D'ailleurs, dans sa licence précédente, la SRC s'était engagée à éliminer les émissions américaines de sa grille-horaire. En fait, elle avait prévu les remplacer par des émissions canadiennes de qualité ainsi que par des émissions étrangères du reste du monde (CRTC 94-437, 27 juillet 1994). Toutefois, notons qu'une grande part des émissions américaines remplacées, le furent par des émissions de sport (Comité d'examen des mandats, 1996). Bien que les émissions canadiennes de sport transmettent des éléments de la culture du Canada, il est important de se rappeler qu'elles ne font pas partie des goûts de tous les Canadiens, de là, l'objectif du CRTC d'assurer l'offre d'une programmation canadienne qui soit diversifiée. À ce sujet, notons que le CRTC demanda à la SRC, en 1994, de réévaluer sa proportion d'émissions de nouvelles et d'informations en plus de sa proportion d'émissions sportives. En fait, cette requête trouvait tout son sens dans le fait que plusieurs services de télévision commerciaux se spécialisaient déjà dans ces différents genres. En fait, si le CRTC jugea que le nombre d'émissions faisant partie de ces catégories ne devait pas être accru davantage, c'est parce qu'il craignait pour le nombre de dramatiques à être diffusées (CRTC 94-437, 27 juillet 1994).

Deux ans après le renouvellement des licences de la SRC, le Comité Juneau (1996) nota que le réseau anglophone de la SRC tendait à hausser sa proportion d'émissions américaines, de divertissement et de sport, au détriment de celles atteignant un auditoire plus restreint, telles les émissions pour enfants, les émissions sur les arts et les sciences, etc. Le réseau francophone, pour sa part, jouait davantage dans le divertissement léger. D'ailleurs, le Comité constata que, contrairement à son homologue anglophone, le réseau francophone présentait une bonne proportion de dramatiques, d'émissions culturelles et d'émissions pour enfants canadiennes malgré des problèmes financiers identiques. Toutefois, il soupçonna le réseau francophone d'avoir abaissé ses normes de qualité au niveau de la programmation afin d'élargir son territoire. Il est important de se rappeler qu'une baisse de qualité au niveau de la programmation de la SRC, peut entraîner une baisse d'intérêt des téléspectateurs pour les émissions qui y sont diffusées. Conséquemment, les téléspectateurs peuvent être tentés de se tourner vers des canaux privés canadiens et même étrangers pour retrouver la qualité qui fait désormais défaut chez le diffuseur public national. Dès lors, les objectifs mercantiles prennent la place des objectifs culturels et l'épanouissement de la culture canadienne s'en trouve affecté.

### **5.2.3 Les programmeurs spécialisés et payants**

Au cours des cinq années étudiées, le CRTC autorisa la venue de nouveaux services de programmation spécialisés et payants à deux reprises, soit en 1994 et en 1996. En agissant de la sorte, le Conseil cherchait à ce que le système de télévision canadien offre aux téléspectateurs des choix de canaux supplémentaires, qu'il augmente la proportion et la diversité des émissions canadiennes, qu'il reflète davantage les goûts et intérêts de tous les Canadiens, quel que soit leur âge, leur langue ou leur culture, qu'il réduise le déséquilibre entre le nombre de services francophones et le nombre de services anglophones, et finalement qu'il tienne compte des petits marchés ethniques (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996). Ainsi, en attribuant de nouvelles licences à des services canadiens, le Conseil s'en remit entre les mains des nouveaux programmeurs pour répondre aux besoins non encore comblés des téléspectateurs canadiens. Dans ces conditions, le Conseil chercha à éviter que les abonnés canadiens ne se tournent vers des canaux étrangers, ce qui aurait nuit au partage des valeurs canadiennes. Notons que les choix du CRTC quant aux genres des nouveaux

canaux à obtenir une licence, reposèrent, dans une large mesure, sur les demandes de la population canadienne en général (CRTC 1993-77, 3 juin 1993).

Bien que l'arrivée de nouveaux canaux canadiens soit favorable à l'épanouissement de la culture canadienne à l'écran, des obstacles se dressent face à l'attribution de nouvelles licences. En fait, entre 1993 et 1998, pour des raisons économiques et technologiques, le CRTC dut limiter le nombre de nouveaux services spécialisés et payants canadiens à entrer sur le marché. C'est d'ailleurs sur ces motifs que nous nous attarderons dans les paragraphes qui suivent.

#### **5.2.3.1 Le facteur économique restreignant l'octroi de nouvelles licences**

Au niveau économique, le CRTC prit soin de s'assurer que les canaux existants seraient toujours en mesure de respecter leurs obligations culturelles malgré l'arrivée de nouveaux services dans le système. Aussi, il s'assura que les nouveaux services à venir seraient assez solides pour en faire de même. Pour ce faire, il exigea des requérantes qu'elles indiquent, dans leur demande de licence, les conséquences que leur service pourrait provoquer sur la capacité des services déjà en place de respecter les obligations de leur licence. Le Conseil exigea également qu'elles fournissent un plan détaillé prouvant la viabilité financière de leur service, tout en faisant état de leurs prévisions financières pour les années à venir (CRTC 1995-205, 30 novembre 1995).

Aussi, pour s'assurer que les requérantes n'entrent pas en concurrence avec les services canadiens déjà en place, le Conseil évalua l'accroissement potentiel de la fragmentation de l'auditoire que les nouveaux services engendreraient. Cette évaluation se fit surtout par rapport aux canaux conventionnels car ceux-ci sont considérés par le CRTC comme jouant un rôle majeur pour l'offre de contenu canadien, donc, pour la promotion de la culture canadienne (CRTC 1994-59, 6 juin 1994).

En 1994, alors qu'il attribuait de nouvelles licences, le CRTC dit ne pas s'inquiéter du fait que les nouveaux services accapareraient une portion des parts publicitaires des services conventionnels et spécialisés déjà en place. En fait, le Conseil estima à ce moment que cela ne nuirait pas indûment à leurs revenus et par le fait même à leur capacité de

respecter leurs obligations en matière de programmation. En fait, le CRTC jugea que plusieurs des nouveaux services autorisés étaient plus limités que les services conventionnels en matière de diffusion publicitaire et que les nouveaux services spécialisés, de par leur formule particulière, ciblaient des auditoires particuliers, donc des produits et services différents de ceux habituellement annoncés à l'antenne des canaux conventionnels. Aussi, le CRTC indiqua que la fragmentation d'auditoire liée à l'arrivée de ces nouveaux services serait minime (CRTC 1994-59, 6 juin 1994). Pourtant, moins d'un an plus tard, sa perception n'était plus la même alors qu'il déclarait : « (...) l'augmentation, au cours des sept dernières années, du nombre de nouveaux services spécialisés canadiens et de services étrangers disponibles s'est traduit par une fragmentation accrue de l'auditoire et des recettes » (CRTC 1995-48, 24 mars 1995, p. 1). Malgré cela, le CRTC continua de permettre la mise en marché de nouveaux services canadiens et étrangers puisque la demande des téléspectateurs pour des choix de canaux supplémentaires se faisait toujours entendre.

En 1994 et en 1996, pour éviter que les nouveaux canaux spécialisés ne se concurrencent entre eux, au détriment du respect de leurs engagements en matière de programmation canadienne, le CRTC prit soin de n'autoriser qu'un seul service par genre proposé (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996). Concrètement, lorsqu'il reçut une demande de licence pour un nouveau service, le CRTC procéda à un appel de demande de licence pour un service de même nature dans le même marché. En bout de ligne, la licence fut attribuée à l'entreprise qui offrit le meilleur service (CRTC 1996-59, 26 avril 1996). Notons que le CRTC s'assura, lors du processus d'attribution des licences, que les nouveaux services cibleraient des publics précis de par leur thème. En fait, la nature du service fit partie des conditions de licence qui furent imposées aux titulaires. Plutôt que de se concurrencer, les différents services se compléteraient en touchant des intérêts différents chez les téléspectateurs (CRTC 1994-59, 6 juin 1994). Ainsi, la solidité financière de chaque programmeur aurait plus de chance d'être préservée et les téléspectateurs canadiens trouveraient dans la nouvelle gamme de services, des contenus répondant à leurs différents goûts et besoins.

Le CRTC était conscient du fait que la viabilité financière des entreprises de télévision reposait en partie sur un choix modéré de nouveaux services. Il est intéressant de noter ici, que plusieurs diffuseurs conventionnels choisirent eux-mêmes d'exploiter des canaux spécialisés afin de rester viables et d'éviter d'avoir des difficultés à respecter les objectifs culturels que leur imposait la Loi. Effectivement, cette stratégie leur permit de maximiser l'utilisation de leur contenu, d'avoir accès à davantage de financement pour leur programmation et de partager les infrastructures (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996).

En 1996, la décision du Conseil quant au nombre de licences octroyées reposa davantage sur l'accroissement du choix canadien que sur la solidité financière des services :

« 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 » (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996, p. 5 (partie 1)).

Toutefois, le Conseil demeura prudent face au nombre de nouvelles licences octroyées pour des services spécialisés et payants francophones étant donné la plus petite taille de ce marché. En fait, en 1994 et en 1996, il jugea que la faiblesse du marché francophone au Québec l'obligeait à adopter une approche différente en ce qui a trait au nombre de licences octroyées pour des services francophones et au mode de distribution de ces services, c'est-à-dire au volet de base ou à un volet facultatif de forte pénétration pour la plupart d'entre eux (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996; CRTC 1997-33, 27 mars 1997).

### **5.2.3.2 Le facteur technologique restreignant l'octroi de nouvelles licences**

Le second facteur qui influença le nombre de nouvelles licences émises en 1994 et en 1996 est d'ordre technologique. En fait, avant d'attribuer de nouvelles licences, le CRTC doit tenir compte de la capacité de transmission disponible. Au fur et à mesure des développements technologiques, cette capacité augmente. Toutefois, chaque distributeur a son propre rythme de développement ce qui fait que la capacité de transmission varie d'un distributeur à un autre. Il est donc impossible de prévoir à quel moment toutes ces entreprises auront enfin une capacité de transmission illimitée. En fait, c'est seulement au

moment où la technologie numérique aura atteint son plein potentiel que cet obstacle sera surmonté (CRTC 1994-59, 6 juin 1994).

En 1994, la capacité de transmission disponible variait entre deux et dix canaux selon les distributeurs (CRTC 1994-59, 6 juin 1994). Dans ces conditions, le Conseil choisit entre deux options lorsque vint le temps d'octroyer de nouvelles licences : 1) autoriser l'entrée en service de toutes les entreprises répondants aux critères et ce, au fur et à mesure de l'augmentation de la capacité de transmission; 2) limiter le nombre de nouvelles licences en fonction de la capacité du moment. Cette année-là, le Conseil choisit cette dernière option. Il attribua des licences à six services spécialisés de langue anglaise, à deux services spécialisés de langue française ainsi qu'à deux services de télévision payante de langue anglaise. Ce faisant, le Conseil s'attendait à ce que la plupart des distributeurs soient aptes à offrir les nouveaux canaux anglophones à environ 80 % des abonnés des marchés anglophones à compter de janvier 1995, c'est-à-dire au moment prévu pour le lancement de tous les nouveaux services. Dans les marchés francophones, le CRTC prévoyait que les entreprises auraient pratiquement toutes la capacité de transmission nécessaire à la distribution des nouveaux services francophones (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996).

En 1995, suite au lancement des nouveaux services autorisés en 1994, le CRTC réévalua la capacité de transmission des télédistributeurs ainsi que leurs progrès au niveau de la technologie numérique. De cette façon, il fut plus à même de juger si de nouveaux services pouvaient voir le jour dans les années à venir (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996). Les conclusions de l'examen furent peu encourageantes. Le Conseil nota des retards dans l'implantation de la technique de CVN, lesquels avaient freiné l'accroissement de la capacité de transmission. Dans ces conditions, le CRTC dut repousser de six mois, c'est-à-dire jusqu'en janvier 1996, l'audience portant sur les nouvelles demandes de licence pour des services spécialisés, payants et à la carte (CRTC 1995-205, 22 février 1995).

En 1996, lors de son second processus d'attribution de licences tenu au cours de la période étudiée, le CRTC se montra plus confiant qu'en 1994. En fait, il prévint que certains distributeurs, et notamment les nouveaux services distribués par SRD, commenceraient à

utiliser la technologie numérique l'année même. Le CRTC choisit donc la première option décrite plus tôt lorsque vint le temps d'attribuer de nouvelles licences. Effectivement, il ne tint pas compte des limites à la capacité de transmission et octroya des licences à tous les services répondant adéquatement aux critères d'attribution de licence, en s'assurant bien sûr qu'un seul service obtiendrait une licence pour chaque genre proposé. Vingt nouveaux services obtinrent une licence. Pourtant, la capacité de transmission disponible au moment du lancement prévu pour septembre 1997 était évaluée entre six et huit canaux. Pour éviter que le chaos ne s'installe lorsque le moment du lancement arriverait, le CRTC détermina à l'avance les services qui obtiendraient le droit d'accès immédiat à la distribution et les autres qui devraient patienter jusqu'à l'accroissement de la capacité de transmission disponible. Le Conseil décida donc que sept des nouveaux services entreraient en ondes en septembre 1997 alors que les treize autres patienteraient jusqu'au déploiement de la technologie numérique ou jusqu'au 1<sup>er</sup> septembre 1999, selon le moment le plus rapproché. Ainsi, dans le cas où des distributeurs n'auraient pas encore utilisé la technologie de la CVN au 1<sup>er</sup> septembre 1999, ils devraient lancer les nouveaux services restant en mode analogique en fonction de la capacité de transmission disponible (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996). De façon générale, le Conseil dénota trois grands avantages à sa décision d'attribuer un si grand nombre de nouvelles licences : 1) les téléspectateurs auraient ainsi accès à un nombre maximum de nouveaux services canadiens; 2) les distributeurs seraient poussés à accélérer le déploiement de la technologie CVN pour répondre aux besoins des licenciés en attente et 3) le Conseil lui-même, n'aurait pas à répéter son processus d'attribution de nouvelles licences à court terme.

Anxieux devant les problèmes de capacité de transmission qui persistèrent même après l'octroi des vingt licences de 1996, le CRTC refusa de lancer un autre appel de demandes de licences en 1997, indiquant qu'il examinerait les demandes qu'il recevrait sur une base individuelle. Toutefois, celles-ci s'accumulèrent rapidement et le Conseil dut annoncer, en mars 1997, qu'il n'entendrait pas les requérantes avant le lancement des services approuvés quelques mois plus tôt, lancement prévu pour septembre 1997 (CRTC 1997-33, 27 mars 1997). Toutefois, en décembre 1997, plusieurs services ayant obtenu une licence d'exploitation en 1996 n'étaient toujours pas en service et le Conseil avait déjà reçu plus de 70 nouvelles demandes de licences. Malgré les fortes pressions de la part de

l'industrie, le CRTC remit, une fois de plus, à plus tard l'audience publique devant porter sur les demandes de nouvelles licences (CRTC 1997-33-2, 11 décembre 1997).

### **5.2.3.3 Les revenus publicitaires des programmeurs spécialisés**

En ce qui a trait aux revenus, notons qu'au cours des années étudiées, certains acteurs suggérèrent au CRTC d'obliger les distributeurs à effectuer de la substitution simultanée pour les services spécialisés. Ils espéraient ainsi voir les revenus publicitaires des programmeurs spécialisés augmenter. Ceci leur aurait permis de répondre plus facilement à leurs engagements envers la culture canadienne. Après avoir examiné cette question, le CRTC refusa d'inclure cette obligation dans son nouveau Règlement sur la distribution de la radiodiffusion, considérant que cette pratique entraînerait des coûts trop élevés pour les distributeurs qui auraient à l'appliquer comparativement aux avantages qu'elle engendrerait. De plus, le Conseil craignit que cette pratique ne contribue à diminuer la programmation des diffuseurs conventionnels. Cependant, bien qu'il refusa de rendre obligatoire la substitution simultanée pour les services spécialisés, le CRTC la permit tout de même sur une base optionnelle (CRTC 1997-150, 22 décembre 1997).

### **5.3 Les nouveaux types de services**

Pour accroître le choix et la variété des services de télévision canadiens, le CRTC ne mit pas uniquement sur les services spécialisés et payants canadiens. En fait, il suivit de près le développement de nouveaux types de services, lesquels répondent directement aux besoins et aux intérêts variés des téléspectateurs canadiens. Aussi, il établit des politiques afin d'en garantir le déploiement (CRTC 1996-59, 26 avril 1996).

Comme nous l'avons vu dans le chapitre qui précède, les ordonnances d'exemption de l'obligation d'obtenir une licence de radiodiffusion constituèrent une mesure adoptée par le Conseil pour favoriser le développement de nouvelles catégories de services tout en assurant la conformité des entreprises avec les principes directeurs de la politique de radiodiffusion. Cette pratique traduit, en fait, l'objectif du CRTC d'assouplir ses pratiques réglementaires de façon à s'adapter aux progrès scientifiques et techniques, tout en continuant de contribuer à la promotion de la culture canadienne (CRTC 1994-33, 23 mars 1994). Notons toutefois, qu'avant de prendre la décision d'émettre ou non une ordonnance

d'exemption pour une catégorie d'entreprise donnée, le CRTC passa par l'évaluation des incidences possibles que cette exemption aurait pu avoir sur la capacité des entreprises déjà en place de remplir leurs exigences réglementaires (CRTC 1996-59, 26 avril 1996). Ainsi, encore une fois, nous constatons que le facteur économique eut un grand rôle à jouer dans les décisions du CRTC relativement à la culture.

### **5.3.1 Les services de vidéo sur demande (VSD)**

En 1994, le Conseil exempta temporairement les entreprises de programmation vidéo sur demande (VSD)<sup>6</sup> de l'obligation d'obtenir une licence de radiodiffusion afin qu'elles puissent procéder à des essais techniques ou des essais de marché. Notons que les essais furent toutefois contrôlés par le CRTC, qui imposa des restrictions au niveau de leur durée, du nombre d'abonnés y participant et des genres d'émissions y étant offerts (CRTC 1996-59, 26 avril 1996). En fait, ces éléments de contrôle empêchèrent le possible établissement d'une concurrence inéquitable, concurrence qui aurait pu nuire aux recettes des diffuseurs en place, et par le fait même, à leur capacité de respecter leurs engagements envers la culture canadienne. Ainsi, devant les craintes de plusieurs diffuseurs, le CRTC précisa que la durée de l'expérimentation serait de moins de deux ans pour chaque entreprise et que celles qui désireraient éventuellement offrir un service VSD autrement qu'à titre expérimental devraient obtenir une licence au préalable (CRTC 1994-118, 16 septembre 1994). Trois ans plus tard, soit en 1997, le CRTC attribua des licences aux cinq entreprises de programmation VSD ayant déposé une demande de licence pour l'exploitation d'un tel type de service en dehors du cadre expérimental. Le Conseil entrevit positivement l'apport des entreprises de VSD dans le système : des choix supplémentaires pour les téléspectateurs, notamment au niveau des longs métrages; des contributions financières supplémentaires pour la production d'émissions canadiennes; une nouvelle étape de franchise vers « une radiodiffusion entièrement interactive, où le contrôle du contenu et de l'horaire de distribution est (...) laissé entre les mains du consommateur » (CRTC 1997-83, 2 juillet 1997, p. 2).

---

<sup>6</sup> Les services VSD se présentent sous forme d'une bibliothèque de titres où l'abonné choisit les émissions qu'il regardera aux heures qui lui conviendront. Bref, il paie uniquement pour les émissions qu'il commande (CRTC, 19 mai 1995).

Les services à la carte sont considérés par le CRTC comme étant des services quasi-VSD. En fait, ils permettent aux abonnés de choisir des émissions sur demande mais les émissions offertes sont disponibles selon une séquence préétablie, contrairement aux véritables services VSD qui n'ont pas d'horaire fixe. Dans le cas des services à la carte, le CRTC peut s'assurer qu'ils intègrent dans leur programmation quotidienne une proportion définie d'émissions canadiennes, respectant ainsi les objectifs culturels de la loi. Il n'en est pas de même pour les véritables services VSD qui diffusent des émissions en fonction des choix individuels des abonnés (CRTC, 19 mai 1995). Pourtant, le CRTC entrevit très positivement l'apport des services VSD au niveau de la disponibilité d'émissions canadiennes. Effectivement, étant donné l'espace non limité sur ce type de service, plus le nombre d'émissions disponibles sera nombreux, plus les pourvoyeurs en bénéficieront économiquement (CRTC 1997-83, 2 juillet 1997).

En 1997, le Conseil prévoit que les services de programmation VSD contribueraient à l'expression canadienne en stockant le plus grand nombre possible d'émissions canadiennes dans leur banque de titres. Par exemple, au niveau des longs métrages, le Conseil établit que les entreprises VSD devraient offrir un ratio minimum d'un titre canadien pour vingt titres non canadiens. Aussi, au niveau des contributions financières, le Conseil exigea des entreprises VSD qu'elles fournissent un minimum de 5 % de leurs recettes brutes annuelles à un fonds de production d'émissions canadiennes. Finalement, les entreprises VSD devraient s'assurer que la promotion des titres canadiens serait faite dans une proportion de 25 % de l'ensemble des titres promus (CRTC 1997-83, 2 juillet 1997).

Entre 1993 et 1998, les retards au niveau du déploiement de la technologie numérique limitèrent la capacité de transmission que les entreprises pouvaient affecter à la distribution de services de programmation comme les services VSD. En effet, ce genre de service requiert une grande largeur de bande. Dans ce contexte, seuls des systèmes de distribution puissants peuvent en assurer l'offre. En 1996, le Conseil était conscient du fait que les entreprises de distribution n'étaient pas encore prêtes à offrir de véritables services VSD. Cependant, il autorisa tout de même l'entrée de ce type de service sur le marché, sans toutefois obliger les distributeurs à les offrir. En fait, en agissant de la sorte, le CRTC estima encourager les distributeurs à accélérer leur conversion au mode numérique,

conversion qui aurait des bénéfices sur la promotion et le soutien de la culture canadienne (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996).

Différents enjeux sont liés à la fourniture des services VSD. Au niveau des avantages, notons qu'en payant uniquement pour les émissions qu'il désirera visionner, un téléspectateur canadien exprimera directement ses préférences en matière de contenu. Ceci stimulera alors la production d'émissions canadiennes selon les goûts des téléspectateurs, même ceux de groupes minoritaires. Enfin, le CRTC n'aura plus besoin d'imposer des mesures pour éviter que les annonceurs aient trop de pouvoirs sur les contenus. Quant aux conséquences négatives, soulignons que l'achat à la pièce amènera un autre type d'inégalité. Sous le modèle transactionnel, les téléspectateurs n'auront pas tous les moyens de payer pour recevoir des émissions (Ellis, 1992). Cet élément donnera donc une nouvelle occasion au CRTC de contrôler le système puisque l'abordabilité des services fait partie des objectifs à atteindre pour que tous les Canadiens soient en mesure de participer à la transmission des valeurs canadiennes.

### **5.3.2 Les services de jeux vidéo**

En mars 1994, en plus des entreprises de vidéo sur demande, le CRTC étudia également la possibilité d'émettre une ordonnance d'exemption pour les services de programmation de jeux vidéo<sup>7</sup>, qu'ils soient expérimentaux ou non (CRTC 1994-34, 23 mars 1994). Certains intervenants se montrèrent en désaccord avec cette idée, estimant que ce type de service contribuerait à modifier la nature de la radiodiffusion. Face aux inquiétudes soulevées, le CRTC adopta une « double démarche » quant à la distribution des ces services. Des distributeurs pourraient se porter responsables des services de jeux vidéo qu'ils distribueraient et ainsi, la licence serait intégrée à la licence même du distributeur, ce qui rendrait l'exemption inutile. Dans ces conditions, 10 % des jeux vidéo offerts devraient être canadiens.

---

<sup>7</sup> « Ces entreprises de programmation visent à offrir aux abonnés d'entreprises de télédistribution des émissions comprenant des logiciels et de l'information connexe, lesquelles sont distribuées au moyen des installations de ces entreprises de distribution afin de permettre aux abonnés de choisir et d'actionner ces jeux vidéo au moyen d'installations présentes dans leur foyer » (voir CRTC, 23 mars 1994, CRTC 1994-34).

Dans l'autre type d'autorisation, les entreprises de VSD pourraient être distribuées dans la mesure où elles seraient conformes aux critères régissant l'ordonnance d'exemption. Ceux-ci incluent notamment le respect de l'exigence relative à la propriété canadienne. De cette façon, le CRTC s'assura que les exploitants étaient canadiens et qu'ainsi le système resterait aux mains des Canadiens. Aussi, le Conseil leur interdit de diffuser du matériel publicitaire autre que celui relatif aux produits et services de l'entreprise (CRTC 1995-5, 13 janvier 1995). De cette façon, ce nouveau type de service ne nuirait pas aux recettes publicitaires des diffuseurs traditionnels et par le fait même, à leur capacité de respecter les obligations culturelles reliées à leur licence.

### **5.3.3 Les services de télé-achats**

En 1995, après avoir procédé à une audience publique, le CRTC émit une ordonnance d'exemption pour les services de télé-achats (ou d'infopublicités)<sup>8</sup>. Toutefois, pour éviter que cette catégorie d'entreprise ne livre concurrence aux services de programmation en place, le Conseil imposa des critères d'exemption limitant le genre de programmation pouvant être diffusé par ce genre de service à la vente et la promotion de marchandises ou de services. Quant à la participation de ces entreprises à la programmation canadienne, le Conseil n'exigea aucune contribution financière. Cependant, il demanda aux entreprises de ce type de maximiser leur utilisation des ressources créatrices canadiennes (CRTC 1995-14, 26 janvier 1995).

### **5.3.4 Les systèmes de distribution multipoint (SDM)**

En 1993, le CRTC évalua les incidences qu'auraient les systèmes de distribution multipoint<sup>9</sup> (SDM) sur le système de télévision canadien. Aussi, il détermina le rôle que les SDM auraient à jouer au moment où ils seraient admis dans le système. Des informations à ce sujet seront offertes dans une section ultérieure portant sur les télé distributeurs. Pour l'instant, notons simplement que le Conseil détermina que les SDM contribueraient à offrir

---

<sup>8</sup> Il s'agit d'entreprises de programmation qui fournissent aux télé distributeurs des émissions visant à vendre ou à promouvoir des biens et des services.

<sup>9</sup> Ou entreprise de distribution de radiocommunication. Il s'agit d'une « entreprise de distribution, autre qu'une entreprise de distribution par satellite de radiodiffusion directe, qui distribue des services de programmation principalement par ondes radioélectriques » (CRTC 22 décembre 1997, CRTC 1997-150, p. 3).

le service aux habitants des régions non encore desservies par la câblodistribution (CRTC 1993-76, 3 juin 1993).

### **5.3.5 Les entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD)**

En 1994, les démarches du CRTC menèrent à l'exemption des entreprises canadiennes de distribution par satellite de radiodiffusion directe<sup>10</sup> (SRD) et des entreprises de télévision à la carte distribuées par SRD de l'obligation d'obtenir une licence. Cette décision fut contestée, moins d'un an plus tard, par le Gouverneur en conseil qui exigea du CRTC qu'il révoque sa décision et qu'il attribue des licences aux entreprises de ce type. En décembre 1995, le Conseil annonça qu'il révoquerait son ordonnance à compter du 20 mars 1996 (CRTC 1995-219, 20 décembre 1995). Le même jour, il attribua deux licences d'exploitation à des entreprises de distribution par SRD et cinq licences à des entreprises de programmation de télévision à la carte distribuées par SRD. Les entreprises de distribution par SRD devaient contribuer à la programmation canadienne en consacrant une partie de leurs recettes annuelles brutes à la production d'émissions canadiennes. De plus, les entreprises de programmation de télévision à la carte distribuées par SRD, tout comme les autres entreprises de télévision à la carte, devaient se conformer à des ratios annuels d'émissions étrangères et canadiennes à diffuser (CRTC 1995-114, 11 juillet 1995). Aussi, elles devaient respecter le Règlement de 1990 sur la télévision payante (CRTC 1995-219, 20 décembre 1995).

### **5.4 Les télédistributeurs**

Au cours des cinq années étudiées, beaucoup de transformations survinrent dans le secteur de la distribution au Canada. De manière générale, ces changements reposèrent sur cinq grandes stratégies du CRTC : 1) favoriser l'arrivée de nouveaux distributeurs dans le système; 2) encourager les coentreprises; 3) maintenir un contrôle souple sur la distribution et l'assemblage des services télévisuels; 4) assurer l'abordabilité des services de distribution; 5) garantir la contribution des distributeurs à la programmation canadienne.

---

<sup>10</sup> « (...) s'entend de celles [les transmissions par SRD] qui sont distribuées par satellite canadien, sous forme codée ou en clair, et qui sont captées directement par des particuliers, généralement à leur résidence » (CRTC 1994-19, 2 mars 1994, p. 1).

#### 5.4.1 L'arrivée de nouveaux distributeurs

Plusieurs raisons expliquent pourquoi le CRTC encouragea le développement et le déploiement de nouvelles méthodes de distribution au cours de notre période d'étude. Premièrement, les nouveaux types de distributeurs canadiens, plus concurrentiels, vinrent combattre le « marché gris<sup>11</sup> ». En effet, en 1995, alors qu'il autorisait, pour la première fois, la mise en marché d'entreprises canadiennes de distribution par SRD, au moins deux entreprises par SRD non canadiennes étaient en activité de façon illégale sur le marché canadien et ce, depuis 1993 (CRTC 1995-217, 20 décembre 1995). En conséquence, ces entreprises détournaient plusieurs téléspectateurs du système de télévision canadien, nuisant ainsi à la préservation des valeurs canadiennes. Aussi, les entreprises par SRD non canadiennes ne contribuaient pas à la programmation canadienne. Plus déplorable encore « (...) 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 » (CRTC 1996-120, 4 septembre 1996, p. 5 (partie 1)) se trouvait menacée.

Deuxièmement, en favorisant la venue de nouveaux types de distributeurs, le CRTC chercha à assurer la couverture des territoires canadiens non encore desservis par la câblodistribution. Ainsi, tous les Canadiens pourraient enfin profiter d'un vaste éventail de services canadiens, et ce, à la faveur de la culture canadienne.

Une troisième raison expliquant pourquoi le CRTC encouragea la venue de nouveaux distributeurs se trouve à être l'augmentation du niveau de contributions financières à l'expression canadienne. En effet, rappelons que le CRTC exigea que tous les distributeurs participent financièrement à la production d'émissions canadiennes afin de maximiser la promotion de la culture canadienne.

Quatrièmement, il est important de savoir que le déploiement de la technologie numérique et de l'adressabilité étaient beaucoup plus avancés chez les nouveaux types de distributeurs entre les années 1993 et 1998. Ainsi, les nouvelles méthodes de distribution

---

<sup>11</sup> Il s'agit de la réception, par des téléspectateurs canadiens, de signaux télévisuels en provenance des États-Unis, signaux non autorisés sur le marché canadien.

étaient mieux développées pour offrir aux consommateurs, qui le désiraient, des services uniquement dans leur langue. En fait, entre 1993 et 1998, le Conseil était conscient de la demande de plusieurs téléspectateurs francophones pour que les services dans leur langue soient regroupés dans des blocs distincts afin qu'ils puissent s'abonner au service sans avoir à payer pour les canaux anglophones. En effet, dans les provinces où le français était minoritaire, les consommateurs se trouvaient à payer pour plusieurs services anglophones s'ils désiraient recevoir quelques services dans leur langue maternelle. Le Conseil estima que le problème se réglerait avec l'arrivée de nouveaux types de distributeurs, lesquels seraient en mesure d'offrir « des blocs distincts de services taillés sur mesure pour leurs abonnés francophones » (CRTC, 19 mai 1995, p. 34). Notons à ce sujet qu'en attribuant des licences à des entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) en 1995, le Conseil encouragea ces nouvelles entreprises à offrir deux volets de base : un premier qui tiendrait compte des préférences linguistiques des différents marchés desservis et un second bilingue (CRTC 1995-217, 20 décembre 1995).

Les quatre raisons qui viennent d'être évoquées justifient la décision du CRTC, au début de notre période d'étude, de favoriser le développement et l'entrée sur le marché de nouvelles techniques de distribution, qu'elles soient offertes par le câble, le téléphone, la technologie sans fil, le satellite de radiodiffusion directe ou autres. En fait, dès juin 1993, suite à l'audience sur la structure de l'industrie télévisuelle, le CRTC encouragea la mise en place de systèmes de distribution multipoint (SDM) en mode encodé (et même en mode clair dans les régions isolées suivant son approbation préalable) (CRTC 1993-76, 3 juin 1993). Ensuite, en juillet 1995, il s'ouvra à la distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) (CRTC 1995-114, 11 juillet 1995).

Pour protéger temporairement le secteur de la câblodistribution afin que les entreprises de téléphone n'imposent pas de concurrence inéquitable dès le départ, le Conseil fixa la date à laquelle ces entreprises pourraient dorénavant entrer en concurrence sur le marché de la câblodistribution au moment où les règles en matière de concurrence en téléphonie locale seraient établies, soit au 1<sup>er</sup> janvier 1998 (CRTC 1997-49, 1<sup>er</sup> mai 1997). Cette période de transition prévalut également pour les nouveaux arrivants. Par exemple, en 1995, le CRTC déclara qu'il n'autoriserait pas de nouveaux services de distribution par

SRD avant que les deux entreprises autorisées ce jour-là ne soient sur le marché depuis au moins six mois (CRTC 1995-217, 20 décembre 1995).

#### **5.4.2 Les coentreprises**

Comme nous l'avons vu dans le chapitre qui précède, le Conseil encouragea les services de radiodiffusion et les entreprises de télédistribution au cours des années étudiées, à établir des coentreprises de façon à renforcer le système canadien de radiodiffusion (CRTC 1994-134, 23 mars 1994). En 1996 par exemple, il acquiesça aux demandes de télédistributeurs souhaitant s'interconnecter, soit en partageant leurs signaux, leurs installations ou tout simplement en fusionnant leurs activités, et ce, afin d'économiser et de diminuer leurs coûts d'exploitation. En fait, le Conseil estima que ce type de coopération « amélior[ait] la qualité du service aux abonnés [surtout pour les abonnés de petites entreprises et les habitants des régions isolées], augment[ait] l'efficacité et permett[ait] aux titulaires d'améliorer leur position concurrentielle » (CRTC 1996-69 Partie précédente..., 17 mai 1996, p. 7).

#### **5.4.3 Les règles de distribution, d'accès et d'assemblage**

Entre 1993 et 1998, considérant que la diversité de la programmation canadienne passait, entre autres, par la façon dont les services sont regroupés et distribués, le Conseil assouplit ses règles relativement à cette question. En fait, il estima qu'une plus grande souplesse quant à la composition des blocs de services de programmation entraînerait une meilleure adaptation des services en fonction des besoins des abonnés canadiens (CRTC 1993-75, 3 juin 1993).

Face au nouveau régime concurrentiel, le CRTC tint à établir des règles de distribution et d'assemblages équivalentes pour tous les distributeurs. En 1993, il rendit publique sa politique de réglementation concernant les systèmes de distribution multipoint (SDM), exigeant que les entreprises de ce type se conforment aux mêmes règles de distribution et d'assemblage que les autres télédistributeurs (CRTC 1993-76, 3 juin 1993). Ensuite, entre 1996 et 1997, comme nous l'avons vu dans le chapitre qui précède, le CRTC révisa son cadre réglementaire concernant les entreprises de distribution afin qu'il puisse s'appliquer à tous les types de distributeurs, qu'ils soient terrestres, sans fil ou par satellite.

Lorsqu'il passa en revue le cadre réglementaire lié à la distribution de la radiodiffusion, le CRTC dut revoir l'exigence selon laquelle tous les distributeurs devaient desservir tant les zones à forte densité qu'à faible densité afin que le service soit offert dans toutes les régions, isolées ou non. En fait, le Conseil envisageait que les nouveaux venus pourraient difficilement utiliser les bénéfices recueillis dans les zones à forte densité, pour combler les grands coûts des zones à faible densité, ce qui était fait précédemment, en régime monopolistique. Le CRTC prévoit que les nouveaux arrivants pourraient préférer commencer à desservir les zones à forte densité, là où la rentabilité est la meilleure, et remettre à plus tard l'offre de service dans les zones à faible densité. Quant aux distributeurs déjà en place, ils ne bénéficieraient plus des mêmes revenus qu'autrefois dans un contexte de concurrence. Ainsi, ils seraient moins en mesure de compenser les coûts du service dans les régions isolées avec les revenus des régions à forte densité. Le CRTC perçut la possibilité que des régions isolées déjà desservies puissent perdre le service s'il s'avérait que le distributeur préfère mettre l'emphase sur le service dans les régions plus rentables afin d'améliorer sa position au niveau de la concurrence. Malgré ces deux éventualités, le CRTC se rangea du côté des entreprises et retira l'obligation de fournir le service dans toutes les régions, isolées ou non. Dans sa décision, le Conseil exposa son avis selon lequel les entreprises en place ne laisseraient pas tomber leur clientèle même en présence de nouveaux concurrents et que même si cela venait à se produire, les nouveaux modes de distribution viendraient compenser la perte de ces services, et ce, à grandeur du pays (CRTC 1996-69, 17 mai 1996).

Pour ce qui est des règles en matière d'accès, elles furent définies par l'Association canadienne des câblodistributeurs et rendues publiques en avril 1996 par le CRTC. Elles furent appliquées aux entreprises par SRD, aux câblodistributeurs desservant 6 000 abonnés et plus ainsi qu'aux SDM de taille comparable à ces câblodistributeurs. Que ce soit en mode analogique ou numérique, elles réservèrent la capacité de transmission disponible pour les entreprises autorisées au détriment des entreprises de programmation exemptées. En fait, plus un service était considéré comme favorisant la promotion de la culture canadienne, plus sa distribution dans le système de télévision canadien devint prioritaire.

En ce qui a trait aux services exemptés tels les services de télé-achats et les services d'annonces immobilières, leur distribution fut autorisée sur des canaux à usage limité uniquement et ce, tant que la distribution analogique prévaudrait (CRTC 1996-59, 26 avril 1996).

Au moment où débutait notre période d'étude, le CRTC favorisait la distribution des nouveaux services spécialisés francophones et anglophones selon un double statut. De façon plus précise, les distributeurs devaient obligatoirement offrir chaque service au volet de base à moins d'une entente avec l'entreprise de programmation pour que le service soit distribué au volet facultatif (CRTC 1993-75, 3 juin 1993). Pourtant, dès 1994, alors qu'il autorisa la distribution de nouveaux services spécialisés, payants et à la carte canadiens, le CRTC modifia sa politique quant au mode de distribution. Concrètement, il décida de préconiser la distribution selon un double statut modifié, c'est à dire la distribution à titre facultatif à moins que les deux parties ne s'entendent pour distribuer les nouveaux services au volet de base (CRTC 1995-205, 30 novembre 1995). Avec cette politique du « double statut modifié », le CRTC concevait que les distributeurs seraient davantage en mesure d'adapter les services distribués en fonction des besoins et des goûts des marchés desservis. De plus, cette façon de procéder donnait le choix aux téléspectateurs de s'abonner ou non aux volets facultatifs (CRTC 1994-59, 6 juin 1994). Enfin, cette décision assurait que le service de base du câble reste abordable, condition favorable à l'abonnement des téléspectateurs canadiens.

Toujours au niveau de l'assemblage des services, notons que déjà en 1993, le CRTC encourageait les distributeurs à fournir des services de langue française dans les marchés anglophones et vice versa, afin de rejoindre les minorités linguistiques habitant ces marchés (CRTC 1993-75, 3 juin 1993). Il tentait ainsi d'éviter que les téléspectateurs de langue minoritaire dans un marché se tournent vers des services spécialisés étrangers par manque de services canadiens dans leur langue.

Au cours des cinq années étudiées, le Conseil demanda à ce que le volet de base du câble soit composé de tous les services prioritaires dans les deux langues officielles. Quant aux blocs constituant le volet facultatif, ils étaient composés de différents canaux. Étant

donné le petit nombre de canaux spécialisés francophones disponibles, ceux-ci furent accompagnés de services anglophones afin de rendre les blocs de services plus attrayants.

#### **5.4.3.1 Une règle pour éviter les préférences indues**

Entre 1993 et 1998, le CRTC limita la participation des câblodistributeurs dans la propriété des services de programmation afin d'éviter les traitements préférentiels au niveau de la distribution de ces canaux (CRTC 1994-59, 6 juin 1994). En effet, des distributeurs auraient pu choisir d'offrir leurs propres services de programmation en priorité, au détriment des services de propriété concurrente. Cette crainte des préférences indues en matière de distribution diminua toutefois avec l'accroissement de la capacité des canaux. Notons cependant que des inquiétudes persistèrent quant à leur promotion et à leur alignement. Ainsi, dans son rapport sur la convergence, le CRTC établit que les télédistributeurs ne devraient pas avoir le droit d'exploiter, en totalité ou en partie, des services spécialisés, tant et aussi longtemps que la capacité de transmission ne serait pas suffisante et que des règles d'accès empêchant les préférences indues n'auraient pas été établies (CRTC, 19 mai 1995).

#### **5.4.3.2 La distribution des services étrangers**

Selon une étude rendue publique en 1995 par la firme Ekos (discuté dans CCAI, 1997), les Canadiens souhaitent conserver une culture distinctive par rapport aux influences culturelles émanant des États-Unis. Pourtant, ils demandent également à avoir accès à des choix de services de programmation supplémentaires. Dans ces conditions, le CRTC compte, entre autres, sur la distribution de services étrangers, particulièrement des services américains.

Entre 1993 et 1998, pour chaque service payant canadien, les distributeurs pouvaient offrir jusqu'à cinq services par satellite étrangers figurant sur la liste des services admissibles. Quant aux services spécialisés, la règle changea au début de la période étudiée. En 1993, chaque service spécialisé canadien pouvait être offert de concert avec deux services par satellite étrangers, et ce, jusqu'à concurrence de huit services spécialisés étrangers. Cette même année, le CRTC projeta de changer la norme afin que tous les télédistributeurs, à l'exception de ceux n'offrant que douze canaux ou moins, distribuent

d'avantage de canaux canadiens que non canadiens, tant au service de base que sur leur volet facultatif (CRTC 1993-75, 3 juin 1993). En 1994, il modifia sa politique d'assemblage et élimina la règle limitant à huit canaux le nombre maximum de services par satellite non canadiens pouvant être offert au volet facultatif (CRTC 1994-59, 6 juin 1994). Aussi, pour assurer une prépondérance de services canadiens parmi l'ensemble des services offerts aux abonnés, le Conseil fit passer le ratio d'assemblage de deux services par satellite non canadiens pour chaque service spécialisé canadien à un service non canadien pour chaque service canadien (CRTC 1993-75, 3 juin 1993). En agissant de la sorte, l'organisme de réglementation ne chercha pas à réduire le nombre de services étrangers disponibles mais bien à augmenter le nombre de services canadiens offerts, contribuant par le fait même, à l'épanouissement culturel du Canada (CRTC 1994-59, 6 juin 1994).

Quelques années plus tard, au cours du processus menant à la mise en place de son nouveau cadre réglementaire concernant les entreprises de distribution, le CRTC songea à assouplir sa règle concernant la prépondérance des canaux canadiens en l'appliquant uniquement au volet de base, donnant ainsi une plus grande latitude aux distributeurs en ce qui concerne l'assemblage des services non canadiens au volet facultatif (CRTC 1996-69, 17 mai 1996). Cette modification ne fut toutefois pas retenue lorsque vint le temps de rendre public le nouveau Règlement sur la distribution (CRTC 1997-150, 22 décembre 1997).

Avant 1993, pour des raisons financières, les distributeurs canadiens ne pouvaient offrir aux téléspectateurs canadiens des services de télévision conventionnels non canadiens entrés en onde après 1985, à moins, bien sûr, d'avoir obtenu l'autorisation du CRTC sur une base individuelle. Toutefois, en 1993, suite aux demandes des abonnés, le CRTC modifia sa règle et accepta que les stations indépendantes américaines, mises en ondes après 1985, puissent être distribuées en mode encodé ou au volet facultatif de la télévision payante, selon le ratio d'assemblage de cinq services non canadiens pour un service canadien (CRTC 1993-75, 3 juin 1993).

En 1994, plusieurs distributeurs demandèrent au CRTC la permission de distribuer le signal d'un quatrième service de télévision conventionnel privé américain. Il s'agissait

du signal de la Fox. Lors de l'audience portant sur la question, certains intervenants se montrèrent défavorables à ce projet, évoquant la capacité de transmission limitée des distributeurs. Selon eux, le Conseil devait favoriser l'entrée sur le marché de nouveaux services canadiens avant d'accepter que de nouveaux canaux non canadiens soient distribués. Après réflexion, le CRTC décida de permettre la distribution de la Fox à titre facultatif pour les entreprises comptant plus de 2 000 abonnés et au service de base ou à titre facultatif pour celles en comptant moins de 2 000. Il justifia sa décision en affirmant qu'un signal tel que la Fox serait un partenaire d'assemblage intéressant pour un canal spécialisé ou payant canadien, ce qui faciliterait son implantation. En réalité, il faut savoir que la plupart des abonnés du câble en Ontario et en Colombie Britannique recevaient déjà ce signal en direct. Ainsi, le CRTC ne fit qu'équilibrer l'offre de la Fox en permettant que le signal soit reçu par les autres abonnés canadiens. Toutefois, pour pallier les préoccupations de l'industrie, le Conseil exigea que les distributeurs aient d'abord la capacité de transmission nécessaire pour distribuer tous les services spécialisés et payants autorisés dans leur marché avant de distribuer Fox. De cette façon, le CRTC s'assura que le caractère canadien du système se maintienne (CRTC 1994-107, 29 août 1994).

Au moment où il procédait à la révision du cadre réglementaire régissant le secteur de la distribution en 1996-1997, le CRTC songea à modifier sa politique du « 3+1 » pour les distributeurs par SRD, en leur permettant d'offrir un réseau conventionnel américain supplémentaire, et ce, au service de base ou à titre facultatif. Ce projet de politique « 4+1 » fut ensuite étendu à tous les distributeurs. Cependant, les craintes de l'industrie face aux conséquences négatives de cette politique sur leurs recettes publicitaires poussèrent le CRTC à revoir ses plans. Il revint donc en arrière et prévint exiger que seules les entreprises de distribution par SRD aient l'opportunité de suivre cette nouvelle politique (CRTC 1997-25, 11 mars 1997). Finalement, lorsqu'il déposa son nouveau Règlement sur la distribution de radiodiffusion en décembre 1997, le CRTC modifia à nouveau son projet et décida que chaque distributeur par SRD désirant offrir des services non canadiens selon la politique « 4+1 » devrait d'abord obtenir son autorisation préalable (CRTC 1997-150, 22 décembre 1997).

À la fin de l'année 1996, le CRTC annonça qu'il était fin prêt à examiner des demandes concernant l'ajout de services par satellite non canadiens aux listes des services par satellite admissibles. Au cours de l'audience publique portant sur la question, certains intervenants manifestèrent leurs inquiétudes à cet égard. En fait, ils considéraient que les nouveaux services étrangers occuperaient l'espace de transmission qui devrait, à leur avis, être réservé à de nouveaux services payants et spécialisés canadiens. En bout de ligne, le CRTC ne tint pas compte de ces préoccupations et procéda, en juillet 1997, à l'ajout de dix-huit nouveaux services par satellite non canadiens aux listes des services admissibles. Pour justifier sa décision, il évoqua l'accroissement de la variété et du choix qu'apporteraient ces nouveaux services. De l'avis du CRTC, l'attrait qu'ils susciteraient contribuerait à hausser la visibilité des services canadiens d'émissions spécialisées et de télévision payante auxquels ils seraient assemblés, contribuant ainsi à la promotion des valeurs canadiennes (CRTC 1997-84, 2 juillet 1997). Cet exemple illustre bien comment le CRTC se sert des services américains pour promouvoir les services canadiens.

#### **5.4.4 L'abordabilité des services de distribution**

Dans son nouveau Règlement concernant les entreprises de distribution, lequel fut mis en application à partir de janvier 1998, le CRTC décida de ne plus réglementer le tarif de base que devrait défrayer les abonnés des nouveaux distributeurs pour obtenir le service. En fait, le Conseil jugea que dans un contexte de concurrence, les entreprises en place chercheraient à offrir aux téléspectateurs canadiens des services de la meilleure qualité possible, aux prix les plus concurrentiels possibles. (CRTC 1996-69, 17 mai 1996) :

« Le Conseil convient que la déréglementation tarifaire représente un changement fondamental. Les abonnés actuels du câble vont passer d'un régime réglementaire vieux de 20 ans dans le cadre duquel le Conseil examinait de près les majorations tarifaires du service de base, à un régime dans le cadre duquel les majorations tarifaires du service de base seront réglementées uniquement par le libre jeu du marché » (CRTC 1997-150, 22 décembre 1997).

En fait, au cours des années étudiées, le CRTC se préoccupa beaucoup de l'abordabilité des services de distribution pour les Canadiens (CRTC 1993-74, 3 juin 1993). En effet, il ne suffit pas de rendre les services canadiens accessibles aux citoyens. Il faut également leur offrir des conditions favorables pour leur donner le désir et l'opportunité de

s'y abonner. Ces conditions obtenues, les téléspectateurs canadiens sont alors mieux disposés pour recevoir les contenus canadiens et de ce fait, les valeurs qu'ils reflètent.

Pour s'assurer que la déréglementation tarifaire se fasse convenablement, le Conseil détermina qu'elle surviendrait au moment où une entreprise concurrente offrirait le bloc de service de base à un minimum de 30 % de la zone de desserte de l'entreprise et que le nombre d'abonnés à ce volet de base pour l'entreprise aurait diminué d'au moins 5 % depuis l'entrée en service du concurrent (CRTC 1997-25, 11 mars 1997). En procédant de la sorte, le Conseil assurait la viabilité des entreprises, qu'elles soient nouvelles où déjà en place depuis un moment.

#### **5.4.5 Les contributions des distributeurs à la programmation canadienne**

Comme il a été mentionné dans le chapitre quatre, avec le passage des années, le CRTC se préoccupa de moins en moins des contributions des distributeurs à l'expression locale. En fait, les contributions des distributeurs pour la production d'émissions canadiennes prirent une importance de plus en plus grande, passant du stade volontaire au stade obligatoire.

Au niveau de la programmation locale, notons qu'en 1995, dans son Rapport sur la convergence, le CRTC jugea que toutes les entreprises de distribution devaient contribuer de manière équitable à l'expression communautaire. En fait, le Conseil confirma l'importance qu'il conférait aux canaux communautaires comme instrument de diffusion de la culture canadienne. En effet, ces derniers permettent aux Canadiens de faire connaître leurs idées et opinions à leur communauté. Aussi, en offrant une programmation locale, les canaux communautaires reflètent les valeurs des citoyens qu'ils desservent.

Jusqu'en 1995, le Conseil exigeait des câblodistributeurs qu'ils consacrent au minimum 5 % de leurs recettes en provenance du service de base aux canaux communautaires. Notons que plusieurs d'entre eux cotisaient également au FPC. Toutefois, avec l'entrée sur le marché d'entreprises de distribution desservant de très larges territoires tels que les services de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD), le Conseil jugea qu'il n'était plus possible de demander à tous les distributeurs de fournir un canal

communautaire favorisant l'expression locale (CRTC, 19 mai 1995). Dans ce contexte, il modifia sa politique et demanda aux services de distribution par SRD de contribuer financièrement à l'expression canadienne plutôt que de fournir des occasions d'expression locale. Concrètement, les services de distribution par SRD devraient affecter 5 % de leurs recettes annuelles brutes relatives à leurs activités de radiodiffusion à un fonds de production d'émissions canadiennes (CRTC 1996-69, 17 mai 1996). Ainsi, avec l'arrivée des services de distribution à grande échelle, le CRTC renonça à trouver des moyens pour que les nouveaux arrivants contribuent à l'expression locale. En fait, il préféra miser sur un apport plus global, c'est-à-dire, sur l'expression canadienne en général étant donné la mondialisation des communications et l'accroissement des possibilités d'exporter les émissions canadiennes à l'extérieur du pays.

Quelques mois après avoir pris sa décision relativement aux contributions des services de distribution par SRD, le CRTC en vint à la conclusion qu'il n'était plus profitable d'exiger que les distributeurs terrestres fournissent un canal communautaire. En fait, le contexte de concurrence favorisait désormais l'implantation de plus d'une entreprise de distribution dans un même marché, donc, une division des revenus de la télédistribution entre différentes entreprises. Dès lors, chaque marché se serait bientôt retrouvé avec plus d'un canal communautaire et la programmation de ceux-ci aurait risqué d'être de moindre qualité. Ce faisant, ces canaux auraient été, peu à peu, délaissés par les téléspectateurs, malgré leur apport au niveau des cultures locales :

« le Conseil a décidé d'adopter à l'égard de l'expression locale une démarche qui donnera aux distributeurs un maximum de souplesse pour remplir les obligations que leur fait la Loi de contribuer, de la manière qui convient, à la création et à la présentation d'une programmation canadienne. Même s'il demeure d'avis que la programmation communautaire et l'objectif plus global de l'expression locale sont des composantes vitales du système de radiodiffusion, il n'obligera pas les distributeurs, dans le nouveau règlement, à fournir un débouché pour l'expression locale » (CRTC 1997-25, 11 mars 1997, p. 7 (partie 2)).

Finalement dans son nouveau cadre réglementaire concernant la distribution, le CRTC décida que la répartition qui serait faite entre l'expression locale et le fonds de production d'émissions canadiennes dépendrait de la grosseur du distributeur. Les plus grandes entreprises (6 000 abonnés et plus) pourraient consacrer à l'expression locale de 2

% à 3 % de leurs recettes brutes. Les autres y consacraient jusqu'à 5 % (CRTC 1997-25, 11 mars 1997).

### 5.5 Synthèse

En conclusion, nous avons vu dans ce chapitre qu'entre 1993 et 1998, le CRTC se fia davantage aux producteurs indépendants pour assurer la mise en marché d'un plus grand nombre d'émissions canadiennes de qualité. Pour ce faire, il favorisa la mise sur pied de nouveaux fonds de production et obligea les programmeurs et les distributeurs à y contribuer. Cependant, la définition d'« émission canadienne », fondée sur des critères essentiellement quantitatifs, resta un problème et ce n'est qu'à la toute fin de la période étudiée que le Conseil entreprit d'y remédier.

Au niveau de la programmation, le CRTC donna davantage de souplesse à ses règles afin que les diffuseurs soient en mesure de répondre à leurs obligations culturelles malgré l'augmentation de la concurrence et conséquemment, de la fragmentation de l'auditoire. Dans cette même optique, le Conseil chercha des moyens pour accroître les revenus des diffuseurs. Il exigea toutefois de la SRC qu'elle revienne à son mandat initial qui est de rejoindre, par des émissions variées et de qualité, toutes les tranches de la population. Pour ce faire, il demanda à la Société d'État de miser dans une moins grande mesure sur la publicité et de diffuser davantage d'émissions canadiennes, particulièrement en ce qui a trait aux émissions de catégories sous-représentées. En ce qui a trait à la programmation spécialisée et payante, le CRTC autorisa la mise en marché de nouveaux services à deux reprises. Il dut toutefois limiter le nombre d'autorisations pour des raisons économiques et technologiques. Au niveau économique, il voulut s'assurer que tous les services auraient la capacité de répondre à leurs engagements culturels malgré la fragmentation de l'auditoire que provoquerait l'arrivée de nouveaux canaux. Du point de vue technologique, la capacité de transmission disponible chez les distributeurs ne permit pas la mise en marché d'un nombre illimité de nouveaux services.

Le Conseil mita également sur le développement de nouveaux types de services pour assurer l'épanouissement de la culture canadienne à l'écran car les nouveaux services offraient davantage de contrôle aux téléspectateurs relativement aux choix des émissions,

aux horaires de diffusion et aux modes de distribution. Pour favoriser le déploiement de nouveaux types de services, le Conseil émit des ordonnances d'exemption de l'obligation d'obtenir une licence, pour les services n'ayant pas d'impact notable sur l'atteinte des objectifs de la Loi.

En ce qui a trait à la télédistribution, le CRTC favorisa bel et bien la concurrence en éliminant le régime monopolistique dans le secteur de la câblodistribution. Ainsi, il favorisa l'entrée sur le marché de nouveaux types de distributeurs, lesquels vinrent combattre le marché gris, couvrir tous les territoires canadiens, augmenter les contributions à la production d'émissions canadiennes et répondre plus adéquatement aux goûts et aux besoins des auditoires. Toutefois, le CRTC protégea temporairement les câblodistributeurs de la puissance des compagnie de téléphone. Il encouragea également les distributeurs à s'allier entre eux afin d'améliorer la qualité de leurs services. Aussi, il assouplit ses règles de distribution et d'assemblage afin que les entreprises de distribution puissent adapter leurs services aux besoins de leurs auditoires particuliers. De plus, il revit ses règles de distribution afin qu'elles s'appliquent à tous les types de distributeurs. De même, il mit sur l'abordabilité des services de distribution afin de favoriser la réception, par les Canadiens, d'un plus grand nombre de services répondant à leurs intérêts et leurs besoins. Finalement, il cessa d'exiger des distributeurs qu'ils offrent des canaux communautaires, préférant miser sur leur contribution à la programmation canadienne.

En somme, entre 1993 et 1998, les actions posées quotidiennement par le CRTC dans la résolution des dossiers ponctuels concordèrent avec ses grandes orientations telles qu'exposées dans le chapitre quatre. Nous reviendrons, dans le chapitre qui suit, à évaluer à quel point l'ensemble de ces activités a bien rejoint le but de préserver et de promouvoir la culture canadienne à l'écran. Mais au préalable, nous utiliserons les éléments d'analyse mis en évidence au cours des chapitres quatre et cinq, afin de répondre clairement à nos questions de recherche.

## Chapitre 6

### *La discussion et l'interprétation*

Dans le chapitre qui précède, les activités de surveillance et de réglementation du CRTC en regard du système de télévision canadien entre 1993 et 1998 ont été mises en évidence. De façon plus précise, nous avons fait ressortir les éléments se rapportant à la promotion de la culture canadienne en y incluant quelques réflexions clés, lesquelles nous serviront à présent à articuler des réponses à nos questions de recherche. Le présent chapitre se trouve à offrir une discussion et des interprétations de nos résultats d'analyse et ce, en fonction de deux grands éléments, c'est-à-dire 1) de nos interrogations de départ et 2) des notions théoriques ainsi que du contexte social abordés plus tôt. Finalement, nous terminerons ce chapitre en effectuant un retour sur les activités du CRTC au cours des mois suivant notre période d'analyse.

#### **6.1 Les réponses aux questions posées**

Dans cette étude, notre objectif général était de connaître la façon dont les activités de régulation du CRTC, relativement à la promotion de la culture canadienne au niveau de la télévision, ont évolué au cours des dernières années et ce, afin de nous prononcer sur leur avenir dans le 21<sup>ème</sup> siècle. Dans ce contexte, notre recherche a été guidée par deux considérations, à savoir de mieux comprendre comment le CRTC ajuste ses politiques en matière de télévision dans le système actuel, de façon à répondre aux objectifs culturels qui lui sont attribués; et aussi, comment il ajustera ses politiques dans l'avenir, face à la même question. Des réponses à ces considérations seront avancées dans les paragraphes qui suivent.

##### ***6.1.1 Comment le CRTC ajuste-t-il ses politiques en matière de télévision dans le système actuel, de façon à répondre aux objectifs culturels qui lui sont attribués ?***

Depuis les débuts de la télévision au Canada, les autorités politiques canadiennes partagent une grande crainte : voir la société canadienne perdre ses valeurs propres au profit d'une culture américanisée. Pour éviter l'envahissement américain, le CRTC utilisa différents moyens freinant l'entrée des services et des contenus étrangers dans le système de télévision canadien. Cependant, avec les progrès technologiques entraînant la

mondialisation des communications et, donc, l'abolition des frontières nationales, les mesures anciennement utilisées par le CRTC perdirent une partie de leur valeur protectrice. Pourtant, dans le nouveau contexte mondial, la nécessité d'assurer une forte présence canadienne se fit plus pressante, ce qui poussa le CRTC, entre 1993 et 1998, à revoir ses mesures de régulation. Ainsi, au cours des années, le Conseil modifia sa stratégie envers la culture, choisissant de miser davantage sur des méthodes de régulation axées sur la promotion de la culture canadienne. En fait, de par ces nouveaux moyens, l'organisme de réglementation chercha à éviter que les téléspectateurs canadiens soient tentés de se tourner vers des services et des contenus américains, pour satisfaire leurs intérêts et leurs besoins non comblés par les services canadiens.

Pour assurer l'attrait des contenus canadiens, le CRTC compta sur trois critères particuliers : le choix, la diversité et la qualité. Pour réunir ces trois critères, il misa sur l'autoroute de l'information, qui permet la mise en marché d'un plus grand nombre de services, grâce aux meilleures techniques possibles. Toutefois, le Conseil évita de s'impliquer directement dans l'infrastructure, préférant s'en remettre à l'industrie, et plus particulièrement au secteur privé, pour en garantir le déploiement. Cependant, il en vint rapidement à l'évidence que pour résister à la concurrence étrangère, les entreprises privées canadiennes devaient être fortes financièrement. Ainsi, pour assurer la solidité de l'industrie canadienne, le Conseil compta sur cinq éléments clés : la concurrence, la protection, la souplesse, la collaboration et la complémentarité.

#### **6.1.1.1 La concurrence**

En encourageant la concurrence dans l'industrie de la télévision, le CRTC jugea que les entreprises chercheraient à offrir le plus grand nombre de services, au plus grand nombre de Canadiens possible et ce, au meilleur rapport qualité/prix. Bref, la concurrence fut, de l'avis du CRTC, le meilleur moyen pour assurer l'accessibilité et l'abordabilité des services de télévision canadiens. En plus d'encourager la concurrence à l'échelle nationale, le Conseil voulut également que les entreprises soient concurrentielles sur le plan international, de manière à faire connaître le Canada à l'étranger.

Bien qu'il se soit ouvert à une plus grande concurrence, le CRTC n'arrêta pas de contrôler le système pour autant. En fait, il souhaitait garantir une concurrence « juste » et « durable » en conservant des règles de base qui assureraient la coordination entre les objectifs culturels et les forces du marché.

#### **6.1.1.2 La protection**

Pour que la programmation canadienne conserve son caractère distinctif, le CRTC misa davantage sur des mesures industrielles assurant la protection des entreprises privées canadiennes dans l'univers multicanaux. Aussi, les mesures utilisées par le CRTC pour garantir la solidité de l'industrie privée et ainsi favoriser une télévision authentiquement canadienne furent fondée davantage sur le soutien que sur la restriction. Par exemple, bien que les quotas de contenu canadien persistent tout au cours de notre période d'étude, notons que l'organisme de réglementation misa de plus en plus sur les fonds privés et publics afin d'assurer la création, l'élaboration et la diffusion d'une plus grande proportion d'émissions canadiennes.

Les différents gestes que posa le CRTC pour protéger l'industrie canadienne de la télévision visèrent à assurer une concurrence « juste » et « durable ». Ainsi, le Conseil s'interrogea à savoir si les exigences imposées aux entreprises relativement aux contributions à la programmation canadienne étaient encore pertinentes dans le nouveau contexte mondial. En fait, il voulut s'assurer que les entreprises de télévision seraient toujours en mesure de respecter leurs conditions de licences, et notamment leurs engagements envers la culture canadienne. Aussi, il instaura une période de transition au cours de laquelle il protégea temporairement les activités des entreprises en place ainsi que celles des nouveaux arrivants. D'ailleurs, il revit la réglementation des entreprises de distribution afin qu'elles aient affaire à des mesures réglementaires équivalentes. De plus, il établit quelques règles afin d'éviter que certaines entreprises n'obtiennent des préférences indues au détriment d'autres entreprises. Également, il chercha des moyens pour que les entreprises privées augmentent leurs recettes publicitaires afin de compenser les pertes dues à la fragmentation de l'auditoire. Aussi, il exempta certains nouveaux services de l'obligation d'obtenir une licence afin d'encourager leur développement, leur expérimentation et leur mise en marché. Toutefois, il leur fixa certains critères d'exemption

afin qu'ils n'imposent pas une concurrence inéquitable aux services déjà en place. Quant à la concurrence en provenance de l'étranger, le CRTC autorisa la réception d'un plus grand nombre de canaux américains. Toutefois, pour compenser cette hausse, il octroya de nouvelles licences pour des services spécialisés, payants et à la carte canadiens. Aussi, il modifia ses règles d'assemblage sur le volet facultatif de la télédistribution afin d'assurer la prépondérance des services canadiens.

#### **6.1.1.3 La souplesse**

Pour établir un juste équilibre entre la concurrence et la régulation, le CRTC choisit d'assouplir ses règles. Il jugea que de cette façon, les entreprises seraient davantage en mesure de répondre à leurs obligations culturelles. Aussi, cette plus grande flexibilité leur permettrait de satisfaire plus adéquatement aux besoins et aux intérêts des téléspectateurs canadiens. Concrètement, le CRTC coopéra davantage avec l'industrie via l'autoréglementation. Il s'imposa donc davantage comme un coordonnateur du système, en misant dans une plus large mesure sur la supervision plutôt que sur la réglementation. Aussi, dans plusieurs cas, il préféra réguler les entreprises de façon individuelle, via des conditions de licence adaptées en fonction des caractéristiques de chaque titulaire, plutôt qu'avec des règles rigides s'appliquant à tous.

#### **6.1.1.4 La collaboration**

Étant donné qu'il mita sur les développements technologiques pour favoriser la promotion de la culture canadienne, le CRTC poussa les entreprises à investir à court terme dans l'aménagement de l'autoroute de l'information. Pour ce faire, il encouragea les entreprises à partager leurs connaissances et leurs investissements, soit par des alliances, des fusions ou des acquisitions, afin que le Canada ne prenne pas de retard face à l'étranger au niveau du déploiement de l'infrastructure. Aussi, l'organisme de réglementation encouragea les entreprises de distribution à collaborer pour le partage des infrastructures afin que tous les citoyens du Canada aient accès aux services de télévision canadiens. De plus, il incita le secteur public à collaborer davantage avec le secteur privé afin d'assurer une augmentation du niveau de production et de diffusion d'émissions canadiennes.

### 6.1.1.5 La complémentarité

Pour que les services de programmation canadiens restent viables dans un univers multicanal où la fragmentation de l'auditoire s'accroît sans cesse, le CRTC misa sur la complémentarité entre les entreprises. Depuis déjà plusieurs années, le secteur public favorise l'information et l'éducation, le secteur privé mise sur le divertissement et le secteur communautaire soutien la programmation locale. Dans un même ordre d'idées, les canaux conventionnels offrent une programmation généraliste, s'adressant à tous les téléspectateurs canadiens alors que les canaux spécialisés et payants ciblent des auditoires particuliers. Notons, au sujet des canaux spécialisés, que le CRTC autorisa la mise en marché de services dont la nature de la programmation était différente afin qu'ils se complètent au lieu de se concurrencer. Ainsi, les entreprises de programmation canadiennes furent assez solides pour remplir leurs obligations culturelles et elles rejoignirent les goûts et les besoins d'un plus grand nombre de Canadiens en offrant un vaste éventail de contenus.

Les cinq sections qui précèdent nous ont permis de dégager une conclusion d'analyse importante face à notre sujet d'étude : contrairement à ce qu'il peut paraître à première vue, le CRTC ne procède pas à une dérégulation du système de télévision canadien mais bien à une réorganisation de la régulation existante. Entre 1993 et 1998, le Conseil organisa ses mesures de surveillance et de réglementation en fonction des nouvelles conditions du moment. Et bien que les facteurs géographiques, démographiques et sociaux eurent un impact sur les décisions qu'il prit concernant la promotion de la culture canadienne, les facteurs économiques et technologiques furent ceux qui eurent le plus d'influence. En fait, en cours d'années, ces deux dimensions prirent de plus en plus de place dans les stratégies du CRTC, ce qui fait qu'il n'est dorénavant plus possible de parler de politiques strictement culturelles pour assurer le maintien du caractère canadien du système.

En gros, le CRTC misa de moins en moins sur la stratégie protectionniste pour assurer l'épanouissement de la culture canadienne entre les années 1993 et 1998. En fait, il adopta une stratégie fondée davantage sur les lois du marché et plaça l'épanouissement culturel du Canada entre les mains d'un secteur privé solide. Ainsi, des politiques économiques furent mises au profit de la culture. En bout de ligne, malgré ses objectifs

essentiellement commerciaux, le secteur privé devint un intervenant de plus en plus important pour assurer le maintien d'une télévision reflétant la nation.

En plus de favoriser les lois du marché, notons que le CRTC s'appuya également dans une plus large mesure sur la stratégie expansionniste, préférant ouvrir le système afin de promouvoir la culture du Canada à l'étranger. Conséquemment, dans ses décisions relativement à la culture, le Conseil se préoccupa dans une moindre mesure de la programmation locale afin d'encourager l'essor d'une programmation canadienne globale, plus facilement exportable.

### **6.1.2 *Comment le CRTC ajustera-t-il ses politiques culturelles dans l'avenir ?***

Dans le chapitre théorique, nous avons vu que les changements qui surviennent dans le système s'opèrent sur de longues périodes. Ainsi, il nous est permis de croire que dans les années à venir, le Conseil continuera de tenir compte, dans une large mesure, d'impératifs économiques, afin d'assurer la promotion de la culture canadienne sur la scène nationale et internationale. Toutefois, ce sera certes le facteur technologique qui influencera de façon déterminante les décisions du Conseil relativement à la télévision canadienne. En fait, comme le percevait le CRTC, les années 1993 à 1998, faisaient partie de la période de transition qui mènera au déploiement de l'autoroute de l'information. Pendant cette période, le Conseil s'attarda à placer ses pièces sur l'échiquier. C'est au moment où la technologie numérique sera bien implantée que le Conseil entrera de plain-pied dans la partie.

Dans les années à venir, le CRTC fera face à différents changements, lesquels viendront, une fois de plus, bouleverser sa façon de réguler le système. D'abord, certaines des mesures restrictives qu'il emploie, tels que les quotas de contenus canadiens, deviendront désuètes avec la mise en place de nouveaux types de services où le contrôle des contenus et de l'horaire de diffusion sera laissé aux mains des téléspectateurs. Dans ce contexte, le CRTC n'aura plus le loisir de contrôler la réception des contenus.

Aussi, lorsque la compression vidéo numérique et l'adressabilité universelle auront atteint leur plein potentiel, l'obstacle relié à la capacité de transmission limitée des

distributeurs disparaîtra. Techniquement, le CRTC n'aura alors plus de raison d'intervenir dans le système afin d'assurer la bonne gestion du spectre des fréquences.

De plus, avec l'augmentation de la concurrence au niveau de la distribution, la notion d'accessibilité des Canadiens aux services de programmation n'aura bientôt plus une importance sur le plan géographique mais plutôt au niveau économique. En effet, pour que tous les téléspectateurs canadiens aient le loisir de s'abonner aux services de distribution, le CRTC devra prendre des moyens pour assurer l'abordabilité du volet de base et des différents blocs composant le volet facultatif. Il devra également manoeuvrer de façon à ce que les nouveaux types de services, dont les émissions seront payables à la pièce, soient également disponibles aux téléspectateurs à faibles revenus. En fait, il voudra éviter que le système de télévision canadien se fractionne en deux : une télévision généraliste de moindre qualité, accessible à l'ensemble de la population et une télévision spécialisée, composée de services de programmation novateurs et répondant plus adéquatement aux goûts et aux besoins des téléspectateurs, pour un public ayant la capacité de se l'offrir. Bref, le CRTC devra repenser ses politiques de manière à ce que persiste la participation de la télévision à la vie démocratique, nécessité qui était autrefois comblée par les diffuseurs non commerciaux.

Également, étant donné que les développements technologiques entraînent l'abolition des frontières nationales au niveau des communications, nous assisterons à une restructuration mondiale des médias. Les autorités politiques canadiennes devront tenir compte des caractéristiques de cette restructuration dans leurs décisions concernant l'avenir du système de télévision canadien. La question est de savoir si le CRTC aura la capacité d'influencer l'évolution future de la télévision canadienne et plus particulièrement ce qui touche à l'épanouissement de la culture canadienne. Par exemple, les règles de propriété canadienne du CRTC seront appelées à s'affaiblir davantage devant l'expansion des régimes de libre-échange ainsi que devant l'expansion de la convergence technologique. En effet, il est important de mentionner que les règles de propriété canadienne sont moins sévères dans le secteur des télécommunications que dans celui de la radiodiffusion. Ainsi, avec l'accroissement de la concentration de propriété et plus particulièrement avec la tendance des entreprises canadiennes à établir des régimes de propriété croisée

(radiodiffusion, télécommunication, presse écrite), le CRTC aura de plus en plus de difficulté à réguler la télévision en tenant compte d'une seule loi (la *Loi sur la radiodiffusion*) et des politiques qui y sont rattachées.

Devant toutes ces transformations, le CRTC devra effectuer une réforme complète de ses activités de régulation et ce, particulièrement en ce qui a trait aux règles sur le contenu canadien. En fait, c'est le « comment » et le « pourquoi » de son intervention qui devront être remis en question. À la limite, c'est son mandat tout entier qui devra être repensé. Toutefois, il ne faut pas oublier que la nécessité de promouvoir la culture canadienne restera présente et, plus encore, elle s'accroîtra avec l'augmentation de la concurrence étrangère. Il y a donc fort à parier que le CRTC continuera de soutenir la programmation canadienne en misant sur des mesures proactives telles que les fonds de production d'émissions canadiennes et l'attribution de nouvelles licences de programmation. Aussi, dans le nouvel environnement multicanaux, le Conseil devra maintenir l'ordre. Il continuera donc d'intervenir en protégeant la viabilité des entreprises canadiennes afin que celles-ci soient en mesure de respecter leurs obligations envers la culture. En somme, le rôle de contrôleur du CRTC continuera de s'estomper pour faire place au coordonnateur.

Aussi, étant donné que les actions du CRTC sont effectuées dans l'intérêt du public, nous devrions pouvoir nous attendre à ce que les décisions du CRTC, dans les années à venir, tiennent compte des reproches et des suggestions du public, de l'industrie, du gouvernement et des groupes sociaux préoccupés par l'impact de la télévision sur la société. En fait, si l'on se rapporte aux critiques formulées à l'égard du CRTC, lesquelles ont été abordées au cours du chapitre trois, nous pouvons nous attendre à ce que le Conseil tienne davantage compte de critères qualitatifs dans ses mesures de régulation, notamment en ce qui a trait à la définition d'« émission canadienne ». De plus, il devrait considérer davantage les besoins des minorités. Aussi, il devrait favoriser, dans une plus large mesure, la production et la diffusion d'émissions locales et régionales. Finalement, il devrait insister davantage sur la diversité de la programmation en plus du choix.

## 6.2 L'apport et la pertinence de la recherche en regard du contexte théorique et social

Certains auteurs abordés à l'intérieur de notre revue de littérature nous ont amenés à nous interroger quant à la conformité des actions du CRTC avec ses politiques. En effet, ces auteurs jugeaient qu'un écart existait entre la mise en place de politiques et leur application (Hoffman-Riem, 1996; Caplan et Sauvageau, 1986). Suite à notre analyse, il nous est maintenant possible d'affirmer qu'entre 1993 et 1998, les actions posées quotidiennement par le CRTC concordèrent avec les orientations inscrites dans ses différentes politiques. Par exemple, nous remarquons, après examen, que nos résultats d'analyse correspondent étroitement aux priorités du CRTC, mises en évidence à l'intérieur du chapitre trois. Rappelons qu'en 1998, dans son rapport sur les plans et les priorités pour l'avenir, le CRTC comptait : miser sur le choix, la diversité et la qualité des émissions canadiennes et étrangères; revoir ses mesures de régulation afin d'assurer une concurrence juste et durable favorisant l'innovation au niveau technologique; encourager la mise en place de nouveaux types de services directement adaptés aux besoins et aux intérêts des téléspectateurs, et ce, à des prix compétitifs. En fait, ces grands objectifs furent maintes fois mis en évidence par le CRTC, entre 1993 et 1998, à travers les différents documents officiels qu'il rendit publics.

Toutefois, en ce qui a trait à la conformité entre les décisions du CRTC et les principes de la Politique canadienne de radiodiffusion, une interrogation fondamentale subsiste : est-ce que les décisions du CRTC ont véritablement été effectuées dans le but de préserver et de promouvoir la culture canadienne? Et si oui, ces décisions contribuèrent-elles réellement à préserver et à promouvoir la culture canadienne? En fait, si ces questions se posent, c'est parce que nos données d'analyse nous ont permis de démontrer que la dimension économique a grandement influencé les décisions du CRTC relativement à la culture. Pourtant, comme nous l'avons rapporté dans notre revue de littérature en abordant l'étude de Doern (1997), il existe une forte opposition entre les impératifs économiques et les impératifs culturels dans le système de télévision canadien. En effet, le CRTC est tenté 1) d'assouplir ses mesures de régulation pour des raisons économiques, et 2) de renforcer ses mesures de régulation pour des raisons culturelles (Doern, 1997). Dans ces conditions, le caractère dominant des impératifs économiques dans

l'environnement actuel n'est pas sans entraîner des conséquences directes sur le rapport entre la culture et la télévision (Machet et Robillard, 1998).

Malgré l'opposition entre les impératifs économiques et les impératifs culturels, l'organisme réglementaire a choisi, entre 1993 et 1998, d'adopter une stratégie d'actions conciliant ces deux dimensions. Nos conclusions d'analyse pourraient donc s'écarter de celles d'auteurs critiques comme Tremblay et Lacroix (1991), qui affirment que l'État laisse tomber la culture au profit des objectifs commerciaux de l'industrie privée. En fait, contrairement à ce qu'ont déclaré ces deux auteurs, la rentabilité de l'industrie n'est pas le seul élément qui ait dorénavant de l'importance pour l'autorité en matière de régulation du système de télévision. En réalité, au cours de la période étudiée, le CRTC n'a, en aucun cas, agit de manière à montrer qu'il n'était plus valable ou possible de préserver les valeurs canadiennes transmises à travers les contenus télévisuels. Au contraire, et nous l'avons clairement démontré, son objectif de soutenir la culture canadienne s'est accru avec les conséquences de la mondialisation des communications. Le Conseil a toutefois dû déterminer de nouveaux moyens pour atteindre ses objectifs culturels : une attention plus marquée vers le secteur privé que public (Raboy, 1996a); moins d'intervention et plus d'autoréglementation (McQuail 1997a); des mesures de régulation fondées sur la souplesse plutôt que sur une réglementation stricte, etc. (Machet et Robillard, 1998). Bref, la stratégie industrielle mise de l'avant par le CRTC, au cours des années, a été utilisée pour atteindre les objectifs culturels de la Politique canadienne de radiodiffusion, et non pas au détriment de ces objectifs. Toutefois, les mesures mises de l'avant par le CRTC pour préserver les valeurs du Canada furent moins directes, moins apparentes, ce qui explique la tendance à croire que le Conseil en fait moins qu'auparavant pour protéger et promouvoir la culture canadienne.

Cependant, là où nos conclusions rejoignent celles de Tremblay et Lacroix, c'est lorsque vient le temps de s'interroger à savoir si le choix stratégique fondamental du CRTC, c'est-à-dire, de miser à ce point sur le privé pour assurer l'épanouissement de la culture canadienne, est le choix adéquat. En fait, l'opposition qui divise la force économique et la force culturelle a conduit le CRTC à prendre certaines décisions qui sont entrées en contradiction avec ses objectifs. Par exemple, quelle notion de culture justifie de

supprimer l'obligation des télédistributeurs de soutenir un canal communautaire? Cette décision ne s'inscrit-elle pas plutôt dans une logique essentiellement « économiste »? Dans le même ordre d'idées, pourquoi le CRTC se préoccupe-t-il désormais davantage de l'expansion de l'industrie privée et de ses objectifs commerciaux, au détriment du secteur public et de sa mission sociale? En fait, en misant sur le secteur privé pour combler les attentes des Canadiens en matière de programmation télévisuelle, le CRTC semble négliger la différence entre le téléspectateur-citoyen et le téléspectateur-consommateur. En encourageant la concentration de la propriété chez les entreprises privées par exemple, le CRTC ne nuit-il pas à la démocratisation des communications? En effet, en centralisant le pouvoir de production, de diffusion et distribution entre les mains de quelques grandes puissances, le CRTC restreint la capacité des Canadiens à participer, via la télévision, au partage des valeurs des différentes cultures formant le Canada (Raboy, 1996a). Aussi, n'oublions pas que cette stratégie d'action est une menace pour la qualité et la diversité de la programmation sans compter qu'elle risque de mener à l'uniformisation des contenus (Tremblay et Lacroix, 1991).

Pour en terminer avec cette section, notons que si, dans le chapitre théorique, nous reprochions aux auteurs issus de l'économie politique des communications de masse de donner une trop grande importance à la dimension économique dans leurs études, nous remarquons, après examen, que l'élément économique a bel et bien pris une place déterminante dans les décisions du CRTC, entre 1993 et 1998. Ainsi, il semble approprié que les auteurs s'y soient attardés davantage.

### **6.3 Un retour sur les activités du CRTC depuis la période étudiée**

Entre mai 1998 (moment de clôture dans l'intervalle de temps étudiée) et août 2000 (période où s'achevait notre étude), le CRTC rendit publiques quelques décisions relatives au système de télévision dans son ensemble. Ces éléments correspondent aux grandes tendances qui ont été soulignées et illustrées au cours de notre analyse relativement aux moyens par lesquels le CRTC ajuste et ajustera ses politiques, de façon à répondre aux objectifs culturels de la Loi. Les événements qui se déroulèrent au cours des derniers mois, lesquels sont d'ailleurs décrits dans les paragraphes qui suivent, semblent donc valider nos conclusions d'analyse. En fait, à la lecture de ces paragraphes, le lecteur pourra constater

que, règle générale, le CRTC suivit la même ligne d'actions qu'il s'était tracée au cours des années étudiées. Aussi, il tint même compte de certains reproches formulés à son égard.

### 6.3.1 Les dossiers importants

En juillet 1998, soit un mois après la fin de notre période d'étude, le CRTC annonça qu'il procéderait à une consultation publique portant sur les nouveaux médias, lesquels furent définis plus tard comme étant les services transmis par Internet. En fait, cette audience se trouva à être un suivi de l'audience ayant mené au Rapport sur la convergence quelques années plus tôt. Un des objectifs du Conseil, en juillet 1998, était de déterminer dans quelle mesure les nouveaux médias pouvaient et devaient évoluer en fonction des objectifs culturels édictés par la *Loi sur la radiodiffusion*. Lors de cette audience, la solidité et la viabilité de l'industrie furent au centre de l'attention du CRTC et le reflet des valeurs canadiennes fut relayé au second rang. Concrètement, l'organisme de réglementation évalua d'abord si les nouveaux services étaient considérés comme des services de radiodiffusion en vertu de la définition donnée par la Loi. L'organisme de réglementation considéra également les répercussions qu'entraînaient les nouveaux médias sur les entreprises de programmation et de distribution traditionnelles. Près d'un an après l'annonce de l'audience, soit le 17 mai 1999, le CRTC rendit son verdict : il ne réglementerait pas Internet. En fait, le Conseil en arriva à la conclusion que la plus grande part des services canadiens offerts sur Internet n'était pas de la radiodiffusion. Pour le reste, le Conseil décida de publier une ordonnance d'exemption de l'obligation de détenir une licence en vertu de la Loi. Cette exemption fut mise en application sans modalités ni conditions car le Conseil jugea que les nouveaux médias n'avaient pas de conséquences négatives sur les entreprises de radiodiffusion traditionnelles et notamment sur la télévision. Pour expliquer son idée, il évoqua la faible qualité des signaux vidéo sur Internet ainsi que l'absence de preuve d'incidences négatives d'Internet sur les recettes publicitaires des diffuseurs traditionnels. De l'avis du CRTC, les nouveaux médias coexisteraient – du moins à court terme – avec la télévision et la radio. En fait, ils compléteraient les médias traditionnels plutôt que de les concurrencer et ce, tant au niveau des auditoires que des revenus publicitaires (CRTC, 31 juillet 1998 et CRTC, 17 mai 1999).

En juin 1999, un an après le moment de clôture de l'intervalle de temps étudié, le CRTC rendit publique sa nouvelle politique sur la télévision canadienne. Souplesse, choix et diversité furent les trois mots d'ordre se dégageant de cette nouvelle politique. À l'intérieur de celle-ci, le CRTC mit l'accent sur les grands réseaux de télévision - c'est-à-dire ceux rejoignant 70 % de l'auditoire francophone ou anglophone dans plusieurs provinces - pour renforcer l'industrie canadienne non seulement sur le plan national mais également sur la scène internationale. Cet intérêt marqué pour les grandes forces de l'industrie stimula donc la production d'une programmation canadienne globale, au détriment du reflet des cultures locales. Pour assurer un plus grand choix de programmation, le CRTC ajouta trois types d'émissions aux catégories considérées comme étant prioritaires : les documentaires d'au moins trente minutes, les émissions régionales autres que les sports et les nouvelles ainsi que les magazines de divertissement canadiens. Le Conseil exigea aussi des grands réseaux de télévision qu'ils diffusent un minimum de huit heures par semaine d'émissions dites prioritaires aux heures de grande écoute. Toutefois, pour donner plus de flexibilité aux diffuseurs, le Conseil élargit la période de grande écoute de deux heures. Aussi, il retira l'obligation qu'ont certains télédiffuseurs privés anglophones, de contribuer financièrement à la production d'émissions canadiennes. En fait, bien que cet assouplissement réglementaire illustre, encore une fois, un conflit entre les objectifs économiques et les objectifs culturels, le Conseil justifia sa décision en expliquant qu'elle permettrait aux diffuseurs de miser davantage sur la programmation prioritaire aux heures de grande écoute. Quant aux crédits de temps de 150 % pour les dramatiques canadiennes, ils continuèrent d'être attribués mais uniquement pour les productions considérées canadiennes à 100 %. Ce geste pourrait paraître comme un premier pas du CRTC vers une nouvelle conception de la programmation dite « canadienne ». Toutefois, il est important de spécifier que les productions, considérées canadiennes à 60 % ou plus (mais à moins de 100 %), purent également continuer de bénéficier d'un crédit de temps, celui-ci limité à 125 % (CRTC, 11 juin 1999).

Une semaine après la publication de cette nouvelle politique relative à la télévision canadienne, le CRTC proposa quelques révisions à apporter à la définition d'« émission canadienne ». En fait, ces propositions de modifications, lesquelles devaient commencer à être appliquées dès septembre 2000, arrivèrent un an après que le Conseil ait sollicité des

recommandations à ce sujet. Il est important de savoir que la définition d'une émission canadienne n'avait pas été remise en question depuis près de quinze ans. Conscient de ses faiblesses, notamment en ce qui a trait à l'absence de considération quant aux thèmes abordés dans les différentes productions, le CRTC songea à établir une nouvelle définition qui tiendrait compte du contenu des productions et non seulement de la nationalité de ses créateurs (CRTC, 19 juin 1998). Cette instance aurait dû, en principe, constituer un point tournant de toute la régulation relative au contenu canadien car comme le CRTC le dit lui-même : « La définition que donne le Conseil d'une émission canadienne constitue le fondement de sa politique et de son cadre de réglementation pour la télévision » (CRTC, 19 juin 1998, p. 2). Pourtant, dans les faits, cette révision ne servit qu'à clarifier certains éléments relatifs à la définition d'émission canadienne et à ajuster le système de pondération existant en fonction de la nouvelle réalité des producteurs indépendants qui avait connu une croissance rapide au cours des dernières années. Rien ne fut ajouté relativement aux thèmes abordés à travers les productions, ni sur la qualité de ces émissions (CRTC, 19 août 1999). En réalité, le CRTC s'en tint uniquement à « (...) assurer que le contrôle des productions demeure entre les mains des Canadiens » (CRTC 19 juin 1998, p. 1). Cet autre exemple, vient illustrer, encore une fois, l'importance que le CRTC attribua à la viabilité de l'industrie, dans ses décisions concernant l'épanouissement de la culture canadienne.

Au début de l'année 2000, tel qu'il l'avait prévu au cours de notre période d'étude, le CRTC procéda au renouvellement des licences de la Société Radio-Canada. Étant donné le statut de télédiffuseur généraliste de la SRC, le Conseil jugea que la Société d'État devait continuer de refléter la pluralité canadienne 1) en offrant tous les genres d'émissions et 2) en présentant des émissions provenant de tous les coins du Canada. De façon générale, la programmation de la SRC devrait se distinguer davantage des réseaux privés. Concrètement, le Conseil demanda à la SRC d'offrir une programmation mieux équilibrée afin de respecter les objectifs liés à son mandat. Les deux réseaux devraient cesser de diffuser des longs métrages étrangers à succès pendant les heures de grande écoute. Le réseau public anglophone miserait davantage sur des émissions prioritaires produites en régions, aux heures de grande écoute. Il devrait aussi diminuer sa proportion d'émissions de sport. De plus, pendant les fins de semaine, il diffuserait des bulletins de nouvelles

régionales à l'antenne de ses stations affiliées. Le réseau francophone, pour sa part, refléterait les collectivités francophones hors Québec dans une plus large mesure. Aussi, il devrait diversifier davantage les genres d'émissions culturelles portés à l'écran. Également, il offrirait une plus grande proportion d'émissions originales pour les enfants et les jeunes. Finalement, le CRTC encouragea les réseaux généralistes ainsi que les deux services spécialisés de la SRC à travailler en étroite collaboration afin d'augmenter la qualité et la quantité des émissions qui sont produites et diffusées (CRTC, 6 janvier 2000). Bien que ces décisions reflètent le désir du CRTC de voir la SRC revenir à son mandat public initial, mandat fondé sur l'épanouissement culturel du Canada, il faut s'interroger quant à leur bien-fondé en regard du contexte économique actuel. En effet, ces décisions auront certes pour effet d'entraîner une diminution des revenus publicitaires de la SRC. Ceci ajouté aux contributions gouvernementales qui sont également réduites, il faut s'attendre à ce que la situation financière de la SRC continue de décliner. Dans ces conditions, la Société d'État risque 1) de faire diminuer, de façon drastique, la qualité des émissions qu'elles diffuse afin de remplir ses conditions de licence; ou 2) de ne pas respecter ses conditions de licence et de justifier son écart de conduite en évoquant son manque de financement. En fait, il faut mentionner que le CRTC s'est toujours montré conciliant devant les faiblesses financières de la Société d'État. En bout de ligne, cet exemple illustre à quel point la dimension économique influe sur l'atteinte des objectifs culturels de la Loi.

### **6.3.2 Les autres dossiers**

En juillet 1998, pareil à ce qu'il avait fait en 1995 et en 1997, le CRTC annonça qu'il reportait l'audience sur l'attribution de nouvelles licences pour des services spécialisés et payants. Cette fois toutefois, il s'agissait uniquement des services anglophones. En fait, contrairement à ce que le CRTC aurait pu penser, les retards quant au déploiement de la technologie numérique continuaient de se prolonger, limitant la capacité de transmission des distributeurs. Ainsi, l'audience portant sur l'attribution de nouvelles licences pour des services spécialisés et payants canadiens anglophones fut reportée à l'an 2000. Étant donné la capacité de transmission disponible chez les distributeurs du Québec, le CRTC tint tout de même une audience publique, en décembre 1998, afin d'octroyer de nouvelles licences pour des services spécialisés et payants francophones. Quatre nouvelles licences furent attribuées en mai 1999 en fonction de la capacité des distributeurs. Cette

décision contribua à rééquilibrer l'offre entre les services anglophones et francophones. Notons également que ces nouvelles licences furent octroyées à des entreprises privées uniquement et ce, malgré les demandes répétées de la part du secteur public pour la mise sur pied de nouveaux services publics. Une fois encore, il nous est possible de constater à quel point le Conseil mit l'accent sur le secteur privé pour satisfaire les objectifs culturels de la Loi. D'ailleurs, il est intéressant d'ajouter à ce sujet que, dans ses décisions, le CRTC encouragea les demandes des entreprises dirigeant des services en partenariat. En effet, il estima que ces services seraient plus solides et pourraient ainsi offrir des émissions de qualité supérieure. Notons finalement que les quatre nouveaux services francophones approuvés furent rassemblés pour former un volet facultatif uniquement francophone et à coût abordable, répondant ainsi aux souhaits des auditeurs francophones, de payer uniquement pour des services dans leur langue (CRTC, 30 juillet 1998; CRTC, 21 mai 1999).

En 1998, le Conseil se proposa de mettre sur pied un nouveau cadre d'attribution de licences pour les services spécialisés et payants (CRTC, 30 juillet 1998). Ce nouveau cadre fut rendu public en janvier 2000. Il assure le passage du mode de distribution analogique au mode de distribution numérique en tenant compte du contenu, de la présentation et de l'assemblage des services de programmation offerts par des distributeurs utilisant la technologie numérique. Deux catégories de licence différentes y sont définies. Notons que ces catégories s'adressent uniquement aux nouveaux services à venir. Les services obtenant une licence de catégorie 1 diffuseront au moins 50 % de contenu canadien et ne concurrenceront aucun autre service au niveau de leur nature. Aussi, ils seront autorisés en nombre limité mais leur distribution sera toutefois obligatoire. Les services de la catégorie 2, pour leur part, diffuseront 35 % de contenu canadien (15 % pour les services ethniques) et ils pourront se concurrencer entre eux au niveau de leur nature. Aussi, tous ceux qui rencontreront les critères de base pourront obtenir une licence mais leur distribution ne sera pas obligatoire (CRTC, 13 janvier 2000). De par cette décision, le CRTC conféra davantage de pouvoir aux distributeurs pour répondre aux goûts et aux besoins des Canadiens. Ainsi, encore une fois, l'industrie privée fut mise au profit de l'épanouissement culturel du Canada.

En février 2000, après avoir rendu public son nouveau cadre d'attribution de licences pour les services spécialisés et payants, le CRTC lança un appel de demandes de licences pour de nouveaux services qui seraient distribués en mode numérique (CRTC, 4 février 2000). Un mois plus tard, il annonça son projet d'établir une politique visant à rendre disponible davantage de services spécialisés dans la langue de la minorité dans les marchés anglophones et francophones, et ce en mode numérique. De façon générale, pour dix services dans la langue de la majorité, les auditeurs d'un marché donné devraient avoir accès à au moins un service dans la langue de la minorité (CRTC, 10 mars 2000).

De plus, pour que les minorités francophones hors Québec puissent avoir accès à une plus grande part de contenu francophone, le Conseil prit la décision, en octobre 1998, d'obliger les télédistributeurs à offrir un deuxième réseau généraliste national francophone. Notons qu'à ce moment, seule la Société Radio-Canada rejoignait l'ensemble du territoire canadien. Toutefois, fidèle à sa nouvelle stratégie industrielle, le CRTC misa sur un réseau issu du secteur privé. Il s'agissait en fait du réseau TVA, lequel prit d'ailleurs pour engagement de représenter les collectivités francophones hors Québec, de tenir compte de leurs attentes et d'investir dans la production d'émissions destinées à leur endroit. Le Conseil jugea que cette décision contribuerait, à travers la programmation, à refléter la dualité linguistique ainsi que la diversité culturelle propre au Canada. Aussi, notons que pour éviter que l'abonné du volet de base n'ait à défrayer une somme d'argent supplémentaire pour obtenir le service de base de la télédistribution, c'est TVA qui assume les coûts de retransmission du réseau. Le CRTC assure ainsi le maintien du caractère abordable du volet de base (CRTC, 29 octobre 1998). À ce sujet, notons également la décision du CRTC d'exiger en juillet 1999 que les câblodistributeurs obtiennent son autorisation avant de hausser leur tarif mensuel de base pour l'ajout d'un service spécialisé (CRTC, 7 juillet 1999).

En juillet 1999, le CRTC réaffirma l'importance qu'il accordait au reflet de la pluralité culturelle canadienne en révisant la politique de 1985 relative à la radiodiffusion à caractère ethnique. En agissant de la sorte, le Conseil estima tenir compte de l'évolution quant à la composition démographique du pays (CRTC, 22 décembre 1998 et CRTC, 16 juillet 1999). En gros, le cadre de base de cette politique fut maintenu tel qu'il était et les

quelques modifications apportées n'eurent pas pour objectif direct d'améliorer le reflet de la pluralité culturelle du Canada mais bien de « donner une plus grande marge de manœuvre à l'industrie de la radiodiffusion et à rationaliser les exigences réglementaires » (CRTC, 16 juillet 1999, p. 2). Par cette entreprise, le CRTC illustra, encore une fois, l'importance prioritaire qu'il attribuait au soutien et à la protection de l'industrie. Toujours par rapport au reflet des cultures minoritaires, notons également la décision du Conseil, rendue publique en février 1999, obligeant les télédistributeurs à offrir, à l'échelle nationale, le réseau de télévision autochtone Aboriginal Peoples Television Network (APTN), réseau reflétant les traditions, la culture et les préoccupations des autochtones (CRTC, 22 février 1999).

#### **6.4 Synthèse**

Bien que les facteurs géographiques, démographiques et sociaux influencent les décisions du CRTC relativement à la culture, nos conclusions d'analyse nous permettent maintenant de dire que ce sont les dimensions économiques et technologiques qui ont le plus d'impact sur la manière dont le CRTC ajuste ses politiques de façon à répondre aux objectifs culturels qui lui sont attribués. Ce chapitre nous a permis de voir qu'entre 1993 et 1998, les mesures utilisées par le CRTC pour s'assurer que les téléspectateurs canadiens n'aient pas intérêt à se tourner vers des services étrangers pour combler leurs besoins passait dorénavant par le soutien d'une programmation typiquement canadienne, fondée sur le choix, la variété et la qualité. Pour rencontrer ces objectifs, le CRTC a misé sur les progrès technologiques, et sur le secteur privé pour en assurer l'évolution. Pour soutenir la rentabilité des entreprises privées, le Conseil a favorisé : 1) l'augmentation de la concurrence dans l'industrie; 2) la protection et le soutien aux entreprises; 3) l'assouplissement réglementaire; 4) la collaboration entre les entreprises pour le partage des connaissances, des infrastructures et des investissements; et 5) la complémentarité entre les différents services de programmation. En gros, ses stratégies d'actions envers la culture ont été fondées davantage sur les lois du marché et sur l'expansionnisme que sur le protectionnisme.

Pour ce qui est de l'avenir, le CRTC continuera certainement à être influencé dans une large mesure par les facteurs économiques et technologiques dans sa manière d'ajuster

ses politiques culturelles. Cependant, nous estimons que c'est la technologie qui aura le plus fort impact sur les décisions que prendra le Conseil envers la culture canadienne. En effet, avec le déploiement de la compression vidéo numérique et de l'adressabilité universelle, les téléspectateurs canadiens auront dorénavant un grand pouvoir de sélection au niveau des choix de contenus, des horaires de diffusion et des modes de distribution. Devant ces nouvelles possibilités, la réception des contenus pourra de moins en moins être réglementée par le CRTC qui devra alors remettre en question ses politiques sur le contenu canadien. En fait, les mesures restrictives, tels que les quotas de contenus canadiens, ne seront plus applicables dans leur forme actuelle. De plus, suite à l'évolution technologique, le Conseil devra continuer d'intervenir dans le système pour s'assurer que les nouveaux types de services ne créent pas d'inégalités du fait qu'ils seront surtout accessibles à ceux qui auront les moyens financiers de les recevoir. Également, étant donné la tombée des frontières nationales entraînée par les développements technologiques, le CRTC devra revoir son rôle en fonction d'une restructuration du système qui s'opérera à l'échelle mondiale.

Règle générale, nos résultats d'analyse nous permettent à présent d'affirmer que les activités du CRTC, qui ont été étudiées, ont été conformes avec ses politiques. Toutefois, une interrogation subsiste quant à la concordance de ces actions avec la Politique canadienne de radiodiffusion. En effet, en conciliant deux dimensions opposées (la dimension économique et la dimension culturelle) le CRTC a incontestablement dû prendre certaines décisions qui sont entrées en conflit avec ses objectifs culturels.

Finalement, quant aux dossiers qui attirèrent l'attention du CRTC depuis la fin de la période étudiée, il nous est possible de dire que le Conseil a suivi la même ligne d'actions qu'il s'était tracée entre juin 1993 et mai 1998. En gros, l'organisme de réglementation continua de mettre l'emphase sur la solidité du secteur privé pour rencontrer les objectifs culturels de la *Loi sur la radiodiffusion*. Aussi, sa décision de laisser aller le secteur des « nouveaux médias » sur Internet, son nouveau règlement sur la télévision mettant l'accent sur l'expansion des grandes entreprises privées ainsi que son refus d'attribuer des nouveaux services spécialisés au secteur public, sont quelques exemples supplémentaires truffés de contradictions en ce qui concerne l'opposition entre commerce et culture.

## Conclusion

De façon générale, ce travail a porté sur la régulation, comme moyen d'intervention pour faire en sorte que la télévision puisse accomplir sa mission culturelle dans la communauté. Dans un premier temps, nous avons vu que les contenus télévisuels s'imposent comme des instruments de diffusion de la culture et qu'avec le temps, les transformations qui surviennent dans le système de télévision canadien risquent d'avoir un impact sur la culture reflétée à l'auditoire. Nous en avons donc conclu qu'il était important de revoir fréquemment les méthodes de régulation utilisées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pour favoriser l'épanouissement de la culture canadienne via la télévision. Dans ce contexte, nous nous sommes intéressés aux activités de surveillance et de réglementation du CRTC relativement au système de télévision canadien. En fait, nous nous sommes inscrits dans le courant des études critiques en combinant les forces des études critiques culturelles et de l'économie politique des communications pour examiner l'organisation de la télévision dans la société canadienne. En gros, les jeux de pouvoir entre les interventions de l'État et les lois du marché, entre la protection de la culture et les objectifs commerciaux ont été au cœur même de cette étude, qui a centré son intérêt sur la protection et la promotion de la culture canadienne. De manière générale, nous avons cherché à savoir comment le CRTC ajuste et ajustera ses politiques relatives à la télévision, de façon à répondre aux objectifs culturels qui lui sont attribués. Pour trouver des réponses à ce questionnement, nous avons procédé à une analyse documentaire qualitative, fondée sur des textes officiels portant sur le système de télévision canadien, textes rendus publics par le CRTC entre 1993 et 1998. Quelques documents officiels rédigés par des individus ne faisant pas partie du CRTC nous ont également offert des éléments de contexte intéressants ainsi qu'un point de vue extérieur sur le sujet.

Dans une étape préliminaire à l'analyse, il a été démontré que des facteurs géographiques, démographiques, sociaux, économiques et technologiques influencent les actions et décisions du CRTC relativement à la promotion de la culture canadienne à l'écran. Aussi, nous avons souligné que toutes les entreprises œuvrant dans le système de télévision canadien sont tenues de respecter des principes favorisant l'expression

canadienne. Ensuite, nous avons indiqué que la formulation de règles et d'énoncés de politique, la prise de décisions, l'émission d'ordonnances, la définition de conditions de licence, les attributions et les renouvellements de licences sont les principales activités du CRTC au niveau de la régulation du système de télévision canadien. En ce qui a trait, plus spécifiquement aux mesures qu'il prend relativement à la promotion de la culture canadienne, nous avons montré que les règles de contenu canadien, lesquelles se traduisent principalement par 1) les quotas de contenu canadien; 2) les investissements financiers des entreprises pour la programmation canadienne; et 3) le contrôle des services étrangers admissibles dans le système canadien, sont ses principales stratégies d'actions.

Si l'on se rapporte aux actions et aux décisions du CRTC entre 1993 et 1998, et compte tenu du fait que le CRTC suit cette même ligne d'actions depuis la fin de notre période d'étude, on peut conclure de notre analyse que le CRTC soutient l'application de politiques culturelles favorisant le choix, la diversité et la qualité des émissions canadiennes à l'écran. Toutefois, les politiques du CRTC comportent un caractère économique très fort. Au centre de l'attention du CRTC, le secteur privé est devenu la pierre angulaire du déploiement de l'inforoute, laquelle est censée répondre de façon mieux adaptée aux goûts et aux besoins des téléspectateurs canadiens. Le Conseil souhaite ainsi éviter un déplacement de l'écoute des Canadiens vers les canaux américains, déplacement qui nuirait au partage des valeurs du Canada. Il vaut cependant la peine de se questionner quant au choix stratégique – peut-être nécessaire – du CRTC de tenir compte des dimensions économiques et technologiques de manière prédominante dans ses actions concernant le soutien de la culture canadienne dans le système de télévision canadien. En effet, qu'est ce que cela implique quand le développement, l'épanouissement, et la communication de la culture dépendent de telles dimensions?

Avant de répondre à cette question, il nous faut faire un bref retour synthèse sur les grandes orientations du Conseil, mises en évidence au fur et à mesure de notre analyse. D'abord, nous avons vu que pour rejoindre les goûts et les besoins de l'ensemble des Canadiens, le CRTC compte sur la participation de tous les secteurs de l'industrie télévisuelle. Au niveau de la production, il mise sur le soutien à la production indépendante en favorisant la création de nouveaux fonds. Ceux-ci représentent des formes de soutien

nécessaires à la production dans un contexte où la multiplication des canaux entraîne une augmentation de la demande en contenu de qualité à diffuser. En fait, grâce à ces nouveaux fonds de production, le CRTC cherche à éviter que les émissions dites « canadiennes » diffusées à l'écran soient en partie financées à l'étranger, nuisant ainsi au véritable caractère canadien de leur contenu. En regard des fonds de production créés, le CRTC insiste pour que les émissions obtenant du financement remplissent deux conditions : 1) faire partie des catégories sous-représentées; 2) être diffusées au heures de grande écoute.

Au niveau de la programmation conventionnelle, le CRTC juge essentiel que les diffuseurs privés locaux continuent d'offrir une programmation diversifiée. Aussi, il exige du diffuseur public national qu'il s'éloigne du genre commercial et qu'il continue de rejoindre le plus grand nombre de Canadiens possible, quel que soit leur âge, leur culture ou leur région d'appartenance. En ce qui a trait à la programmation spécialisée, le Conseil continue d'attribuer de nouvelles licences canadiennes en fonction de la capacité de transmission disponible et s'assure que les nouveaux services autorisés rejoignent des publics variés. De plus, le CRTC favorise le développement de nouveaux types de services, lesquels offrent un plus grand contrôle aux téléspectateurs quant aux choix de contenu, à l'horaire de diffusion et au mode de réception.

En matière de distribution, le CRTC encourage la mise en place de nouveaux services de distribution afin de combattre le marché gris et afin de couvrir les régions non encore desservies. Aussi, il cherche à assurer l'abordabilité des services de distribution pour donner aux téléspectateurs le goût et l'opportunité de s'y abonner. Finalement, il oblige les distributeurs à contribuer financièrement à la production d'émissions canadiennes.

Malgré les mesures que prend le CRTC pour favoriser la production, la diffusion et la distribution d'émissions canadiennes, nous avons pu remarquer que la question du caractère véritablement « canadien » de ces émissions persiste à travers le temps. En effet, bien que la définition d'« émission canadienne » constitue le fondement même de la politique du CRTC relativement au contenu canadien, celui-ci n'entreprend aucune procédure rigoureuse afin d'y intégrer des critères d'évaluation tenant compte des thèmes et des valeurs qui sont abordés dans ces émissions.

Aussi, nous avons vu que l'attention du CRTC est portée non seulement sur le rayonnement de la culture canadienne à l'échelle nationale mais également à l'étranger. C'est pourquoi, l'organisme de réglementation compte de plus en plus sur la production de contenu canadien exportable, au détriment d'une programmation canadienne locale et régionale. De plus, souhaitant assurer une industrie canadienne forte sur la scène internationale, le CRTC encourage la concentration de la propriété, et ce, malgré la menace pour le pluralisme au niveau des contenus.

Notre analyse nous a également permis de constater que les développements technologiques ont de grands impacts sur les actions du CRTC relativement à la promotion de la culture canadienne à l'écran. D'abord, la possibilité de multiplier le nombre de canaux entraîne une plus grande fragmentation de l'auditoire. Conséquemment, les entreprises voient leurs recettes publicitaires diminuer. Malgré cela, le CRTC doit s'assurer que les entreprises restent en mesure de remplir leurs engagements envers la culture. Le Conseil mise donc, dans une large mesure, sur leur viabilité mais surtout sur leur solidité. C'est dans cette optique qu'il étudie des mesures commerciales à mettre en application pour que les programmeurs privés compensent leurs pertes en revenus. Aussi, notons qu'au niveau de la programmation spécialisée, il limite le nombre de nouvelles licences octroyées afin de restreindre la fragmentation de l'auditoire. Aussi, il encourage les entreprises à s'allier entre elles et à partager leurs ressources. De plus, il révisé ses méthodes de régulation envers l'industrie en misant sur la souplesse et la flexibilité. En fait, s'il y a une seule conclusion qu'il faut retenir de cette étude, c'est que le CRTC ne procède pas à la dérégulation du système de télévision canadien. En fait, on assiste plutôt à une réorganisation de ces mesures de régulation.

Aussi, nous avons souligné que les développements technologiques compromettent le maintien de politiques culturelles typiquement canadiennes étant donné la tombée des frontières nationales qu'ils entraînent. Ainsi, devant les pressions américaines pour pénétrer davantage le marché canadien, le CRTC encourage une plus grande concurrence et une plus grande complémentarité entre les entreprises, de manière à stimuler le développement et l'implantation de nouveaux services canadiens. Toutefois, il continue d'intervenir de manière à assurer un équilibre entre la régulation et les lois du marché. Par exemple, il

établit des règles équivalentes pour tous les distributeurs afin d'assurer une concurrence juste et durable. Aussi, il contrôle le déploiement des nouveaux types de service, bien qu'il émet pour certains, des ordonnances d'exemption de l'obligation d'obtenir une licence. De plus, le Conseil mise dans une moindre mesure sur le protectionnisme au niveau de la programmation et favorise plutôt le soutien aux entreprises canadiennes. Face à la concurrence étrangère, il mise sur le développement de techniques de distribution canadiennes plus sophistiquées, à la hauteur des méthodes américaines. Aussi, il permet la distribution d'un plus grand nombre de services américains mais exige qu'une prépondérance de services canadiens persiste et que la capacité de transmission soit d'abord réservée aux canaux canadiens.

Nos données d'analyse montrent également que les retards dans les développements technologiques continuent de provoquer un état d'incertitude quant aux conséquences précises qu'ils entraîneront pour l'industrie et les auditeurs. Cet état d'incertitude, qui mène à différentes consultations publiques et études, complique la prise de décisions du CRTC concernant les moyens à appliquer pour assurer la promotion de la culture à l'écran. Par exemple, entre 1993 et 1998, l'organisme de réglementation a dû restreindre le nombre de nouvelles licences octroyées au niveau de la programmation spécialisée étant donné les retards quant à l'implantation de la technologie numérique.

Il nous est également possible d'affirmer à la lumière de nos résultats de recherche que dans l'avenir, l'évolution des technologies entraînera trois grandes conséquences pour le CRTC. D'abord, il ne pourra plus contrôler la réception des contenus car les nouveaux types de service offriront davantage de possibilités aux téléspectateurs. Ensuite, il n'aura plus l'obligation de gérer le spectre des fréquences radioélectriques car la capacité de transmission ne sera plus limitée comme auparavant. Finalement, il devra nécessairement revoir ses politiques nationales dans le nouveau contexte transnational. Malgré ces conséquences, le Conseil devra continuer de tenir compte de trois besoins fondamentaux dans l'univers multicanal : assurer l'ordre, protéger l'identité canadienne et maintenir la démocratie. Pour ce faire, l'organisme de réglementation devra revoir son rôle dans le système et il est clair qu'il se donnera davantage une mission de coordonnateur fondé sur le soutien plutôt que de contrôleur fondé sur la restriction. Quant à sa façon d'ajuster

ses politiques culturelles, le CRTC continuera certainement à être influencé dans une large mesure par les facteurs économiques. Cependant, c'est la technologie qui aura certes le plus fort impact sur les décisions que prendra le Conseil envers la culture canadienne.

Pour répondre à la question posée plus tôt, nos éléments d'analyse nous ont permis de constater que la dimension économique pousse le CRTC à assouplir ses règles alors que la dimension culturelle porte l'organisme à un renforcement des mesures employées pour assurer le maintien de l'identité canadienne. Ainsi, il n'a pas été étonnant d'observer, en cours d'analyse, que la forte opposition existant entre le commerce et la culture, a incité le Conseil à prendre certaines décisions en regard de l'industrie, décisions qui sont entrées en contradiction avec ses objectifs culturels.

L'étude qui se termine nous a permis de mettre en lumière les grands défis auxquels fait face le CRTC. Aussi, nous avons eu l'occasion de voir à quel point l'environnement géographique, démographique, social mais surtout économique et technologique, affecte la façon dont le Conseil régule le système de télévision. En fait, nous avons pu voir que la divergence d'intérêts qui existe entre le gouvernement, le secteur privé (producteurs, programmeurs, distributeurs) et les citoyens complique la tâche du CRTC, lequel doit assurer un équilibre entre les grandes forces existantes.

En gros, la stratégie du CRTC a un avantage certain pour l'industrie canadienne mais pour la société, les répercussions n'ont pas seulement des côtés positifs. Bien sûr, grâce à la solidité du secteur privé canadien, les citoyens du Canada ont accès à une plus grande proportion d'émissions canadiennes, la qualité des services offerts est supérieure, les services de télévision rejoignent un plus grand nombre de Canadiens, ces derniers ont davantage de contrôle sur leur écoute, etc. Bref, toutes les conditions sont rassemblées pour que les téléspectateurs restent à l'écoute des canaux canadiens. Ainsi, la culture canadiennes reflétée à travers les contenus a plus de chance de laisser sa marque dans la vie des Canadiens. Cependant, cette stratégie essentiellement industrielle qu'emploie le CRTC pour répondre aux objectifs culturels de la Loi risque de compromettre la satisfaction des besoins des Canadiens en tant que citoyens. Aussi, le fort penchant du CRTC pour la création de grandes puissances industrielles est loin de favoriser la participation des

citoyens, via la télévision, au partage de leurs valeurs et de leurs traditions. En effet, avec l'augmentation de la concentration de propriété et avec la formation de grandes puissances commerciales, le moyen d'expression que représente la télévision sera de moins en moins à la portée du simple citoyen, affectant ainsi la contribution de la télévision à la vie démocratique. Dans ces conditions, les téléspectateurs canadiens risquent d'avoir à faire face à une moins grande pluralité au niveau des contenus. En fait, puisque les entreprises de programmation privées s'intéressent davantage à la part d'écoute et à l'attrait sur l'auditoire qu'à la notion éducative et intérêt public que recèlent leurs contenus, il faut s'attendre à ce que les valeurs véhiculées par la télévision en souffrent. Aussi, notons que la stratégie expansionniste du CRTC voulant faire connaître le Canada à l'étranger n'est pas sans affecter le reflet des cultures locales aux Canadiens formant la nation. Finalement, nous ne pouvons passer sous silence l'incidence sur les téléspectateurs du manque de considération porté à la définition d'émissions canadiennes. En fait, en s'abstenant de considérer les thèmes et les valeurs composant les émissions lorsque vient le temps de déterminer si une production est canadienne ou non, le CRTC porte atteinte au véritable maintien de l'identité canadienne.

En tenant compte de nos résultats de recherche, diverses recommandations peuvent être formulées pour le gouvernement ainsi que pour le CRTC. D'abord, étant donné l'état d'incertitude entourant les développements technologiques, les autorités politiques doivent continuer, au cours des années à venir, à assurer un suivi rigoureux de l'évolution des nouveaux médias et des nouvelles techniques de diffusion et de distribution. En effet, puisqu'il n'est pas possible d'évaluer, à long terme, les incidences de ces nouvelles technologies sur l'industrie et la société en général, afin de déterminer dans quelles mesures de nouvelles politiques culturelles peuvent et doivent être mises de l'avant, il devient nécessaire d'effectuer des examens périodiques approfondis au fur et à mesure de l'évolution technologique.

Il est également temps que le gouvernement fédéral réévalue l'importance qu'il attribue au secteur public dans le système de télévision, et qu'il assure son financement en conséquence. En effet, bien que le CRTC se soit préoccupé de la Société d'État et qu'il ait renouvelé ses licences de manière à ce qu'elle contribue davantage à l'épanouissement

culturel du Canada, des obstacles financiers freinent sa capacité de remplir adéquatement son mandat. En fait, dans le nouvel environnement privilégiant la montée en puissance du secteur privé, la SRC doit faire face à une baisse d'octrois gouvernementaux ainsi qu'à une diminution de ses recettes publicitaires étant donné la fragmentation accrue de l'auditoire. Ces entraves, économiques disons-le, ne sont pas sans accélérer le déclin du diffuseur public national.

Aussi, le CRTC devra réévaluer ses politiques en fonction du nouvel environnement marqué : 1) par de plus grandes possibilités technologiques; et 2) par une restructuration de la télévision au niveau mondial. En fait, devant ces deux éléments, le Conseil devra probablement remettre en question sa capacité d'influencer l'évolution future de la télévision canadienne ainsi que son rôle en tant que soutien à l'épanouissement de la culture canadienne. Quoi qu'il en soit, au centre de sa nouvelle stratégie concernant le contenu canadien, le Conseil devra revoir à nouveau sa définition d'« émission canadienne », en adoptant de nouveaux critères qui toucheront, ceux-là, aux thèmes et aux valeurs véhiculés par les productions. À notre avis, c'est uniquement de cette façon qu'il s'assurera que les émissions dites canadiennes reflètent bien toute la complexité de la société.

En ce qui a trait à l'industrie, des recommandations peuvent également ressortir de nos conclusions d'analyse. D'abord, les entreprises canadiennes œuvrant dans le domaine de la télévision profitent de l'esprit conciliant du CRTC envers l'industrie. En effet, l'industrie doit désormais percevoir le Conseil comme un organisme de soutien plutôt que comme un organisme de contrainte. Dans ces conditions, plusieurs alternatives sont offertes aux entreprises afin qu'elles performant dans le nouvel environnement tout en respectant leurs engagements envers la culture. En gros, ces stratégies passent par la concentration de la propriété, les alliances avec d'autres entreprises, la diversification des activités, les investissements au niveau technologique, etc. En période de renouvellement de licence, les entreprises désirant s'attirer les bonnes grâces du Conseil doivent insister, dans leurs promesses de réalisation, sur la production et/ou l'acquisition d'une bonne proportion d'émissions canadiennes diversifiées et de qualité. Aussi, les catégories d'émissions sous-représentées doivent être au centre des engagements des entreprises au niveau de la programmation. Finalement, lors de demandes d'autorisation au CRTC pour des

transactions de propriété, les entreprises doivent justifier leur requête en insistant sur la nécessité de consolider leur position, tant sur la scène nationale qu'internationale, afin de répondre adéquatement à leurs obligations culturelles.

Notre analyse comporte certaines limites. Une analyse documentaire qualitative laisse place à une plus grande subjectivité. En effet, les résultats sont tirés des interprétations du chercheur et non pas de mesures quantitatives. Certains lecteurs pourraient se questionner quant à la fiabilité d'une telle étude : *dans quelle mesure un autre chercheur en arriverait-il aux mêmes constats?* Pour notre part, nous considérons que cette méthode de recherche s'est avérée efficace face à notre sujet puisque notre objectif n'était pas de mesurer des aspects précis mais bien d'offrir un aperçu général des grandes tendances au niveau de la régulation du système de télévision canadien. En effet, cette recherche ne prétend pas donner un compte rendu complet des activités du CRTC en matière de promotion de la culture canadienne, entre 1993 et 1998. En fait, elle s'attarde plutôt à offrir une description intéressante des orientations du Conseil relativement à l'atteinte d'objectifs culturels formulés par la *Loi sur la radiodiffusion*. Ainsi, la présente étude s'est concentrée sur l'analyse d'événements touchant une part essentielle de l'industrie de la télévision au Canada, laissant de côté les documents concernant des entreprises isolées. Il nous est donc impossible d'affirmer, à l'aide de cette analyse, que les grandes orientations inscrites dans les politiques du CRTC, relativement à la culture, se reflètent bien à travers les décisions qu'il prend pour des entreprises individuelles ou de petits groupes d'entreprises.

Pourtant, en cours d'étude, nous avons remarqué que le CRTC s'en remet de plus en plus à des règles selon du cas par cas plutôt qu'à des règles générales appliquées à tous lorsque vient le temps de réguler l'industrie de la télévision. Nous pouvons penser, par exemple, à la manière dont le CRTC rend ses décisions lorsqu'il doit trancher sur des demandes de transaction de propriété. En effet, tout en n'ayant pas de politique sur la concentration de la propriété, le Conseil en établit une de manière ad hoc, à travers ses décisions rendues au cas par cas. Cet exemple est d'ailleurs très intéressant si l'on considère que le parti pris du CRTC en faveur de la création des gros conglomerats canadiens constitue une pièce importante de sa stratégie. Suivant cet exemple, il est donc

possible de croire que notre analyse a pu passer à côté d'éléments essentiels démontrant comment le CRTC ajuste ses politiques, dans le système de télévision, afin d'atteindre ses objectifs culturels. Dans ces conditions, nous émettons l'idée selon laquelle une étude s'intéressant à des décisions particulières prises par le CRTC relativement à différentes entreprises de télévision, au cours de la période qui nous a intéressés, pourrait nous apporter de nouveaux éléments à trois grands niveaux. D'abord, nous pourrions identifier d'autres tendances qui n'ont pas été soulevées dans les documents plus généraux. Ensuite, les éléments spécifiques qui ressortiraient de cette nouvelle analyse pourraient nous indiquer si le CRTC suit réellement bien, dans la réalité quotidienne, la ligne d'actions qu'il a tracée dans ses grandes décisions. Si cela s'avérait le cas, ces nouveaux éléments apporteraient de l'approfondissement à notre analyse en illustrant plus spécifiquement les grandes orientations que nous avons mises en évidence.

Notre étude, qui a porté sur la culture et la télévision canadienne, s'est concentrée sur les activités de surveillance et de réglementation du CRTC. En réalité, pour faire un tour complet des grands défis auxquels fait face une agence comme le CRTC, il aurait été intéressant d'examiner la dimension politique générale entourant le sujet. En fait, plusieurs gestes posés au cours des dernières années par le Parlement, le gouvernement fédéral, le ministère du Patrimoine canadien, le ministère de l'Industrie du Canada et les différents ministères provinciaux chargés de la culture ont eu des impacts directs et indirects sur la façon dont le Conseil ajuste ses politiques pour favoriser l'épanouissement de la culture canadienne à l'échelle nationale et internationale. Pensons par exemple, aux traités bilatéraux de coproduction négociés par le gouvernement fédéral avec plusieurs pays étrangers au cours des dernières années. Pensons également aux compressions budgétaires qui ont affecté toutes les activités du secteur public et notamment celles du CRTC ainsi que de la SRC. Effectivement, face à la Société d'État, il est important de comprendre que le CRTC doit tenir compte des limites financières du diffuseur public lorsqu'il fixe les objectifs qu'il devra atteindre en période de renouvellement de licence. Finalement, dans les années à venir, nous devons nous attendre à ce que les autorités politiques prennent des décisions en ce qui concerne l'avenir du système de télévision canadien et notamment face au rôle que devra y jouer le CRTC. Ainsi, en plus de nous interroger sur l'avenir des

politiques culturelles employées par le CRTC, ne serait-il pas approprié de nous questionner sur l'avenir même de cet organisme de réglementation?

## Bibliographie

### 1. Livres, rapports et articles :

- ATTALLAH, P. *Théories de la communication. Histoire, contexte, pouvoir*, Sainte-Foy : Télé-université, 1993.
- ATTALLAH, P. *Théories de la communication. Sens, sujets, savoirs*, Sainte-Foy : Télé-université, 1991.
- BABE, R. E., *Communication and the Transformation of Economics : Essays Information, Public Policy, and Political Economy*, Colorado : Westview Press, 1995.
- BALLE, F., *Médias et Sociétés. De Gutenberg à Internet : Presse; Édition; Cinéma; Radio; Télévision; Télécommunications; CD-Roms; Internet; Réseaux multimédias*, Paris : Éditions Montchrestien, 1997.
- BÉLANGER, P. C., *Impacts culturels et linguistiques de la consommation de produits culturels étrangers (émissions de télévision et musique à la radio)*, Québec : ministère des Communications, Direction de la coordination et des politiques, 1988.
- BLUMLER, J., « Wrestling with the Public Interest in Organized Communications », dans K. Brants et al., *The Media in Question*. Londres : SAGE Publications, 1998, p. 51-63.
- CAPLAN, G. et SAUVAGEAU, F., dir., *Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion*, Ottawa : ministère des Approvisionnements et Services, 1986.
- CARON, H., A. et JUNEAU, P., dir., *Le défi des télévisions nationales à l'ère de la mondialisation*, Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 1992.
- CHARRON, D., *Une introduction à la communication*, Sillery : Presses de l'Université du Québec, 1989.
- COLLINS, R., CURRAN, J., GARNHAM, N., SCANNEL, P., SCHLESINGER, P., SPARKS, C., dir., *Media, Culture and Society. A Critical Reader*, Londres : SAGE Publications, 1986.
- COMITÉ PERMANENT DES COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE, *Culture et communication : les liens qui nous unissent*, Ottawa : Chambre des communes, 1992.
- COMITÉ PERMANENT DES COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE, *Pour une politique canadienne de la radiodiffusion*, Ottawa : ministère des Approvisionnements et Services, 1988.

- COMITÉ CONSULTATIF SUR L'AUTOROUTE DE L'INFORMATION, *Contact Communauté Culture. Le défi de l'autoroute de l'information*, Ottawa : Industrie Canada, 1995.
- COMOR, E. A., « Introduction : The Global Political Economy of Communication and IPE », dans Comor, E. A., dir., *The Global political economy of communication*, Houndmills : Macmillan Press, 1994, p. 1-18.
- DOERN, B., « Regulating on the run : the transformation of the CRTC as a regulatory institution », dans *Canadian Public Administration*, 40, 3, 1997, p. 516-538.
- DOUZOU, S., WILSON, K. et al., *Une histoire des médias de communication*, Sainte-Foy : Télé-Université, 1994
- FERGUSON, M. et GOLDING, P., « Cultural Studies and Changing Times : An Introduction », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997, p. xiii-xxvii et 2-18.
- FILION, M., *Radiodiffusion et société distincte. Des origines de la radio jusqu'à la Révolution tranquille au Québec*, Laval : Éditions du Méridien, 1993.
- GARNHAM, N., *Capitalism and Communication : Global Culture and the Economics of Information*, Londres : SAGE Publications, 1990.
- GARNHAM, N., « Contribution to a political economy of mass-communication », dans COLLINS, R., CURRAN, J., GARNHAM, N., SCANNEL, P., SCHLESINGER, P., SPARKS, C., dir., *Media, Culture and Society. A Critical Reader*, Londres : SAGE Publications, 1986, p. 9-32.
- GARNHAM, N., « Political Economy and the Practice of Cultural Studies », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997, p. 56-73.
- GINGRAS, A.-M., *Les théories en communication politique*, cahier 97-04, Université Laval, août 1997.
- GITLIN, T., « The Anti-political Populism of Cultural Studies », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997, p. 25-38.
- GOLDING, P., « New Technologies and Old Problems : Evaluating and Regulating Media Performance in the 'information Age' », dans Brants, K. et al., *The Media in Question*, Londres : SAGE Publications, 1998, p. 7-17.
- GROUPE DE TRAVAIL SUR LES COMMUNICATIONS DE L'INSTITUT CANADIEN D'ÉDUCATION DES ADULTES, *Éléments pour une politique québécoise des communications*, Montréal : ICEA, 1992.

- HOFFMAN-RIEM, W., *Regulating Media, the licensing and supervision of broadcasting in six countries*, New York : The Guilford Press, 1996.
- JENSON, J. et PAULY, J. J., « Imagining the Audience : Losses and Gains in Cultural Studies », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997, p. 155-169.
- KELLNER, D., *Cultural Studies, identity and politics between the modern and the postmodern*, Londres : Routledge, 1995.
- KELLNER, D., « Overcoming the Divide : Cultural Studies and Political Economy », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997, p. 102-120.
- KELLNER, D., « Resurrecting McLuhan? Jean Baudrillard and the Academy of Postmodernism », dans Raboy, M. et Bruck, P. A., dir., *Communication : for and against democracy*, Montréal : Black Rose Communications Inc., 1989, p. 131-146.
- LARAMÉE, A., *La communication mass-médiatique au Canada et au Québec. Un cadre socio-politique*, Sillery : Presses de l'Université du Québec, 1989.
- LEGROS, M., *Analyse des avis de décision du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes relativement à la télévision québécoise entre 1968 et 1989*, Montréal : Faculté des Études supérieures, Département de communication, 1990.
- LEMIEUX, V., *Les politiques publiques et l'exercice du pouvoir* (3<sup>ème</sup> édition), Québec : Université Laval, 1991.
- LEONG, W.-T., « The culture of the State : National Tourism and the State Manufacture of Cultures », dans Raboy, M. et Bruck, P. A., dir., *Communication : for and against democracy*, Montréal : Black Rose Communications Inc., 1989, p. 75-93.
- LULL, J., « The Active Audience » dans *Media, Communication, Culture. A Global Approach*, Cambridge : Polity Press, 1995, p. 87-112.
- MACHET, E., et ROBILLARD, S., « Télévision et culture : politiques et réglementations en Europe », dans *Institut européen de la Communication, Media Monographie 23*, 1998.
- MARTIN, M., *Communication et médias de masse : culture, domination et opposition*, Sillery : Presses de l'Université du Québec, 1991.
- MARTIN, M., *Communication informatisée et société*, Sainte-Foy : Télé-université, 1995.
- MARTIN, M. et PROULX, S., *Une télévision mise au enchères, programmation, programmes, publics*, Sainte-Foy : Télé-université, 1995.

- MATTELART, A., « La nouvelle idéologie globalitaire », dans Mgod, L.-H., dir., *Pétition Démocratie ou Mondialisation?*, France : Arléa, juin 1998, p. 65-74.
- MATTELART, A. et MATTELART, M., *Histoire des théories de la communication*, Paris : Éditions La Découverte, 1995.
- MCGUIGAN, J., « Cultural Populism Revisited », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997, p. 138-154.
- MCGUIGAN, J., *Culture and the public sphere*, Londres : Routledge, 1996.
- MCQUAIL, D., « Accountability of Media to Society » dans *European Journal of Communication*, Vol. 12(4) , Londre : SAGE Publications, 1997a, p. 511-529.
- MCQUAIL, D., DE MATEO, R., et TAPPER, H., « A framework for Analysis of Media Change in Europe in the 1990s », dans Siune K. et Truetzschler, W., dir., *Dynamics of Media Politics. Broadcast and Electronic Media in Western Europe*, Londres : SAGE Publications, 1992, p. 8-25.
- MCQUAIL, D., *Mass Communication Theory. An Introduction* (2<sup>ème</sup> édition), Londres : SAGE Publications, 1987.
- MCQUAIL, D., *Media Performance, Mass Communication and the Public Interest*, Londres : SAGE Publications, 1992.
- MCQUAIL, D., « Policy Help Wanted : Willing and Able Media Culturalists Please Apply », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997b, p. 39-55.
- MELODY, W. H., « Communication policy in the Global Information Economy », dans M. Ferguson, dir., *Public Communication : The New Imperatives*, Londres : SAGE Publications, 1990, p. 16-39.
- MORLEY, D., « Theoretical Orthodoxies : Textualism, Constructivism and the 'New Ethnography' in Cultural Studies », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997, p. 121-137.
- MOSCO, V., *The political Economy of Communication*, Londres : SAGE Publications, 1996.
- MURDOCK, G., « Base Notes : The Conditions of Cultural Practice », dans Ferguson, M., et Golding, P., dir., *Cultural Studies in Question*, Londres : SAGE Publications, 1997, p. 86-101.
- MURPHY, C. N., « Foreword : Communication and International Political Economy », dans Comor, E. A., dir., *The Global political economy of communication*, Houndmills : Macmillan Press, 1994, p. vii-ix.

- OUELLETTE, F., « Les grandes tendances de la libéralisation du secteur de l'audiovisuel », dans Trudel, P., dir., *Les politiques de communications et leur mise en œuvre : tendances et états de questions*, Montréal : Consortium CRDP/IDDM, 1996a, p. 101-127.
- OUELLETTE, F., « Mécanismes de contrôle et de régulation des médias », dans Trudel, P., dir., *Les politiques de communications et leur mise en œuvre : tendances et états de questions*, Montréal : Consortium CRDP/IDDM, 1996b, p. 211-242.
- PARKER, I., « Myth, Telecommunication and the Emerging Global Informational Order : The political Economy of Transitions », dans Comor, E. A., dir., *The Global political economy of communication*, Houndmills : Macmillan Press, 1994, p. 37-60.
- PATRICK, L., « Global Economy, Global Communications : The Canada-U.S. Free Trade Agreement », dans Raboy, M. et Bruck, P. A., dir., *Communication : for and against democracy*, Montréal : Black Rose Communications Inc., 1989, p. 95-108.
- RABOY, M., *Accès inégal. Les canaux d'influence en radiodiffusion*, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 1995.
- RABOY, M., « L'économie politique des médias et le nouvel espace public de la communication », dans Michel Beauchamp, dir., *Communication publique et société : repères pour la réflexion et l'action*, Boucherville : Gaëtan Morin, 1991, p. 183-213.
- RABOY, M., *Les médias québécois. Presse, radio, télévision, câblodistribution*, Boucherville : Gaëtan Morin, 1992.
- RABOY, M., *Les médias québécois. Presse, radio, télévision, inforoute* (2<sup>ème</sup> édition), Boucherville : Gaëtan Morin, 2000.
- RABOY, M., *Occasions ratées : Histoire de la politique canadienne de radiodiffusion*, Québec : Éditions Liber, 1996a.
- RABOY, M., *Public Broadcasting for the 21<sup>st</sup> century*, Luton : John Libey Media, 1996b.
- RIEFFEL, R., « Les effets des médias », dans Bertrand, C.-J., dir., *Médias : Introduction à la presse, la radio et la télévision*, Paris : ellipses/édition marketing S.A., 1995, p. 183-192.
- ROBINS, K.; CORNFORD, J.; AKSOY Â., « Overview : From Cultural Rights to Cultural Responsibilities » dans *United Nations World Television Forum*, New York : Radiotelevisione Italiana, 1997.
- ROTH, L., et GUTHRIE VALASKAKIS, G., « Aboriginal Broadcasting in Canada : A Case Study in Democratization », dans Raboy, M. et Bruck, P. A., dir., *Communication : for and against democracy*, Montréal : Black Rose Communications Inc., 1989, p. 221-234.

- SAUVAGEAU, F., « Médias et mondialisation : la culture ratatinée », dans *Relations*, juillet-août 1998, no 642, p. 169-174.
- SÉNÉCAL, M., *L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie*, Montréal : Éditions Liber, 1995.
- THE EUROPEAN INSTITUTE FOR THE MEDIA, dir., *Television and the Viewer Interest*, monographs No. 18, Londres : John Libbey & Company Ltd, 1994.
- TREMBLAY, G. et LACROIX, J.-G., *Télévision : deuxième dynastie*, Sillery : Presses de l'Université du Québec, 1991.
- TRUDEL, L., *La population face aux médias*, Montréal : VLB éditeur, 1992.
- TRUDEL, P., « Le rôle du droit dans les politiques de communication », dans Trudel, P., dir., *Les politiques de communications et leur mise en œuvre : tendances et états de questions*, Montréal : Consortium CRDP/IDDM, 1996, p. 9-25.
- TRUDEL, P. et ABRAN, F., *Droit de la radio et de la télévision*, Montréal : Éditions Thémis, 1991.
- WILLIAMS, R., *Television, Technology and Cultural Form*, Fontana : Collins, 1974.
- WOLTON, D., « Pour le public... », dans *À la recherche du public : réception, télévision, médias*, Hermes 11-12, 1992, p. 11-13.
- WRIGHT, C., « Analyse fonctionnaliste et communication de masse » dans *Public Opinion Quarterly*, vol. 24, 1960, p. 605-620.

## 2. Documents Internet :

- CRTC, *Accréditation des émissions canadiennes – Appel d'observations*, Avis public CRTC 1998-59, Ottawa : Gouvernement du Canada, 19 juin 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/archive/Notices/1998/PB98-59.htm>
- CRTC, *Avis public, Nouveaux médias – Appel d'observation*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 31 juillet 1998. <http://www.forum-nouveau-media.net>
- CRTC, *Comment puis-je faire valoir mon point de vue auprès du CRTC*, Ottawa : Gouvernement du Canada, février 1998.  
[http://www.crtc.gc.ca/FRN/INFO\\_SHT/g6f.htm](http://www.crtc.gc.ca/FRN/INFO_SHT/g6f.htm)
- CRTC, *Concurrence et culture sur l'autoroute de l'information : Gestion des réalités de transition*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 19 mai 1995.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/HIGHWAY/HWY9505E.HTM>

- CRTC, *En bref, la réglementation de la radiodiffusion au Canada et le CRTC*, Ottawa : Gouvernement du Canada, février 1998.  
[http://www.crtc.gc.ca/frn/INFO\\_SHT/g15f.htm](http://www.crtc.gc.ca/frn/INFO_SHT/g15f.htm)
- CRTC, *Guide du CRTC*, Ottawa : Gouvernement du Canada, février 1998.  
[http://www.crtc.gc.ca/FRN/BACKGRND/guide\\_f.htm](http://www.crtc.gc.ca/FRN/BACKGRND/guide_f.htm)
- CRTC, *Ici le CRTC*, Ottawa : Gouvernement du Canada, février 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/BCKGRND/sowhatfr.htm>
- CRTC, *La définition d'une émission canadienne – précisions et révisions proposées*, Avis public CRTC 1999-135, Ottawa : Gouvernement du Canada, 19 août 1999.  
<http://www.crtc.gc.ca/archive/Notives/1999/PB99-135.htm>
- CRTC, *La nouvelle politique du CRTC sur la télévision canadienne : plus de flexibilité, de diversité et de choix de programmation*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 11 juin 1999.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1999/R990611f.htm>
- CRTC, *La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès*, Avis public CRTC 1999-97, Ottawa : Gouvernement du Canada, 11 juin 1999.  
<http://www.crtc.gc.ca/archive/Notices/1999/PB99-97.htm>
- CRTC, *La programmation canadienne télévisuelle de demain : une question qui nous concerne tous*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 6 mai 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1998/r980506f.htm>
- CRTC, *Le consommateur aura désormais son mot à dire : L'ajout d'un service spécialisé au service de base devra être approuvé par le CRTC*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 7 juillet 1999.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1999/R990707f.htm>
- CRTC, *Le CRTC approuve la diffusion du réseau TVA partout au Canada*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 29 octobre 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1998/R981029f.htm>
- CRTC, *Le CRTC approuve la diffusion du service de télévision autochtone partout au Canada*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 22 février 1999.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1999/R990222f.htm>
- CRTC, *Le CRTC renouvelle les licences radio et télé de Radio-Canada et CBC*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 6 janvier 2000.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/2000/R000106f.htm>
- CRTC, *Le CRTC reporte l'étude des demandes de services spécialisés et de télévision payante en langue anglaise*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 30 juillet 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1998/r980730f.htm>

- CRTC, *Le CRTC s'apprête à réviser sa politique sur la programmation multilingue et à caractère ethnique*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 22 décembre 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1998/R981222f.htm>
- CRTC, *Le CRTC se penche sur les nouveaux médias*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 31 juillet 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1998/r980731f.htm>
- CRTC, *Le CRTC sollicite des commentaires sur une définition révisée d'émission canadienne*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 19 août 1999.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1999/R990819f.htm>
- CRTC, *Le CRTC sollicite des demandes de nouveaux services de télévision payante et spécialisée numériques*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 4 février 2000.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/2000/R000204f.htm>
- CRTC, *Le nouveau cadre d'attribution des licences du CRTC pour les services télévisuels numériques payants et spécialisés assurera la transition entre la distribution en mode analogique et celle en mode numérique*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 13 janvier 2000.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/2000/R000113f.htm>
- CRTC, *Nouveaux médias, Avis public Télécom CRTC 99-14*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 17 mai 1999.  
<http://www.crtc.gc.ca/archive/Notices/1999/PT99-14.htm>
- CRTC, *Nouveaux médias – Appel d'observations, Avis public Télécom CRTC 98-20*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 31 juillet 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/archive/Notices/1998/PB98-82.htm>
- CRTC, *Plans et priorités. Budget des dépenses 1997-1998*, Ottawa : Gouvernement du Canada, février 1998.  
[http://www.crtc.gc.ca/frn/publications/reports/rpps/1997\\_98F.HTM](http://www.crtc.gc.ca/frn/publications/reports/rpps/1997_98F.HTM)
- CRTC, *Plus de services télévisuels numériques en français partout au Canada*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 10 mars 2000.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/2000/R000310f.htm>
- CRTC, *Qu'est-ce qu'une émissions canadienne?*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 19 juin 1998.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1998/r980619f.htm>
- CRTC, *Un rapport sur les plans et les priorités. Budget des dépenses 1998-99*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 4 mars 1998.  
[http://www.crtc.gc.ca/frn/publications/reports/rpps/1998\\_99f.htm](http://www.crtc.gc.ca/frn/publications/reports/rpps/1998_99f.htm)
- CRTC, *Une première : 4 nouveaux canaux spécialisés pour un nouveau bouquet de services de langue française*, Ottawa : Gouvernement du Canada, 21 mai 1999.  
<http://www.crtc.gc.ca/FRN/NEWS/RELEASES/1999/R990521f.htm>

Ellis, D., *Split Screen*, commandité par FRIENDS of Canadian Broadcasting, 1992.  
[http://www.friendscb.org/Split\\_Screen](http://www.friendscb.org/Split_Screen)

FRIENDS of Canadian Broadcasting, *Canadian Television Policy, PN CRTC 1998-44*, 1998.  
<http://www.friendscb.org>

### 3. Ouvrages méthodologiques :

BARDIN, L., *L'analyse de contenu*, Paris : Presses universitaires de France, 1977.

CARNEY, F., *Content analysis : a technique for systematic inference from communications*, Winnipeg : University of Manitoba Press, 1972.

DE KETELE, J.-M. et ROEGIERS, X., *Méthodologie du recueil d'informations*, Bruxelles : De Boeck, 1991.

KRIPPENDORFF, K., *Content analysis : an introduction to it's methodology*, Beverly Hills : Sage Publications, 1980.

LANDRY, R., « L'analyse de contenu » dans Gauthier B., dir., *Recherche Sociale : de la problématique à la collecte des données*, Québec : PUQ, 1993.

LOUBET DEL BAYLE, J.L., « L'observation documentaire » dans *Introduction aux méthodes des sciences sociales*, Paris : Privat, 1969.

MAYER, R. et OUELLET, F., *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*, Boucherville : Gaëtan Morin, 1991.

MUCCHIELLI, R., *L'analyse de contenu des documents et des communications* Connaissance du problème, Paris : ESF éditeur, 1991.

OUELLET, A., « Quelques systèmes d'observation pour la recherche qualitative », dans *Processus de recherche : une introduction à la méthodologie de la recherche*, Québec : PUQ, 1994.

## Annexe I – Le cadre de référence à l'analyse

### *Les grands thèmes et les sous-thèmes*

#### **Facteurs économiques**

Secteur privé vs public  
 Financement et recettes  
     Publicité vs subventions vs  
     abonnements  
 Télévision conventionnelle vs  
 concurrents  
 Câblodistribution vs concurrents  
 Concurrence étrangère  
 Restructuration de l'industrie  
     Concentration/alliances

#### **Facteurs technologiques**

Développements technologiques  
 Développement de nouveaux types  
 de services  
 Multiplication des services  
 existants  
 Convergence  
     Mondialisation  
     Abolition des frontières  
     nationales  
         Local vs global

#### **Facteurs sociaux**

Diversité de la programmation  
 Multiplicité des services canadiens  
 Goûts et besoins variés des  
 consommateurs  
 Participation des Canadiens aux  
 contenus

#### **Facteurs géographiques**

Vaste territoire  
     Régions isolées  
 Proximité des États-Unis

#### **Facteurs démographiques**

Population peu nombreuse  
 Population diversifiée  
     Différents groupes d'âge  
     Dualité linguistique  
     Caractère multiculturel  
     canadien

## Annexe II – Le CRTC : les grands événements, juin 1993 à mai 1998

### juin 1993 décembre

03 juin : Le CRTC annonce un bloc de réformes réglementaires visant à donner aux Canadiens un plus grand choix de services de télévision et un meilleur contrôle sur ces services; un plus grand contrôle sur les coûts de télédistribution et un service de base du câble plus abordable; davantage d'émissions canadiennes de qualité; ainsi qu'une infrastructure canadienne de distribution qui pourra satisfaire leurs besoins bien au-delà de la fin du siècle.

- CRTC, *Une télévision au service du consommateur : la voie canadienne de l'avenir*, Ottawa, 03 juin 1993.

28 octobre : Le CRTC annonce qu'il accepte une version révisée et renforcée du code élaboré par les télédiffuseurs privés du Canada concernant la violence à la télévision

- CRTC, *Pour la protection des enfants et de la liberté créatrice : le CRTC accepte le code renforcé des télédiffuseurs privés concernant la violence à la télévision*, Ottawa, 28 octobre 1993.

08 décembre : Le CRTC lance un appel d'observations sur la question de savoir s'il devrait exempter les entreprises exploitant des services de télé-achat et (ou) d'infopublicités de l'obligation de détenir une licence du Conseil.

- CRTC, *Le CRTC songe à exempter les entreprises exploitant des services de télé-achats et d'infopublicités de l'obligation de détenir une licence*, Ottawa, 8 décembre 1993.

### 1994

10 février : Le CRTC annonce les principes devant régir l'accès au nouveau fonds de production d'émissions canadiennes qu'il a créé en juin 1993 et qui sera mis en œuvre en janvier 1995.

- CRTC, *Le CRTC annonce les principes devant régir le nouveau fonds de production d'émissions canadiennes*, Ottawa, 10 février 1994.

02 mars : Par rapport à son projet d'exempter des modalités de la réglementation les entreprises canadiennes distribuant au pays des services de radiodiffusion directe (SDR) par satellite, le CRTC propose certains critères précis devant servir à déterminer si un distributeur de SRD est admissible à l'exemption.

- CRTC, *Le CRTC propose des critères pour exempter les distributeurs de SRD canadiens de l'obligation de détenir une licence*, Ottawa, 2 mars 1994.

23 mars : Par rapport à son projet d'exempter des modalités de la réglementation les entreprises canadiennes de jeux vidéo distribués par câble, le CRTC propose certains critères que les services de jeux vidéo devraient remplir afin d'être admissibles à l'exemption.

- CRTC, *Le CRTC propose des critères visant à supprimer la nécessité d'une licence pour les essais techniques de la vidéo sur demande*, Ottawa, 23 mars 1994.

- CRTC, *Conformité au code sur la violence, condition clé d'un projet du CRTC visant à exempter de la réglementation les services de jeux vidéo par câble*, Ottawa, 23 mars 1994.

29 mars : Le CRTC sollicite des observations du public quant à une proposition des radiodiffuseurs et des publicitaires de permettre aux stations de télévision canadiennes de diffuser des infopublicités pendant la journée de radiodiffusion, soit entre 6 h et minuit.

- CRTC, *Le CRTC sollicite des observations sur un projet de modification aux règlements ayant trait aux infopublicités*, Ottawa, 29 mars 1994.

06 juin : Le CRTC approuve 10 nouveaux services de télévision canadiens, à la suite d'une audience publique s'étant échelonnée sur un mois en février 1994 et au cours de laquelle il a examiné 48 demandes de licences de nouveaux services spécialisés, de télévision payante et de télévision à la carte canadien .

- CRTC, *Choix canadiens à prix abordables : le CRTC autorise de nouveaux services de télévision*, Ottawa, 06 juin 1994.

27 juillet : Le CRTC renouvelle les licences des réseaux de télévision de la Société Radio-Canada pour une période de cinq ans se terminant le 31 août 1999. L'audience portant sur ces renouvellements a alimenté les discussions en cours concernant le rôle et le financement de la SRC dans l'univers prochain des canaux multiples.

- CRTC, *Le CRTC met l'accent sur le contenu canadien et les émissions pour enfants en renouvelant les licences des réseaux de télévision de la SRC*, Ottawa, 27 juillet 1994.

29 août : Le CRTC approuve la distribution du réseau FOX comme quatrième réseau commercial conventionnel américain et assoupli sa « politique du 3 + 1 » régissant la câblodistribution des services de télévision américains.

- CRTC, *Le CRTC approuve la distribution du réseau FOX, tout en maintenant des restrictions sur les réseaux de télévision américains au service de base du câble*, Ottawa, 29 août 1994.

30 août : Le CRTC exempte les entreprises canadiennes de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) des modalités de la réglementation, notamment de l'obligation d'obtenir une licence du Conseil, sous réserve qu'elles remplissent certains critères précis.

- CRTC, *Le CRTC fixe les critères d'exemption pour les entreprises canadiennes de distribution par SRD*, Ottawa, 30 août 1994.

16 septembre : Le CRTC annonce que les entreprises canadiennes de programmation qui désirent procéder à des essais restreints utilisant la technologie de la vidéo sur demande (VSD) seraient exemptées des modalités de la réglementation, sous réserve qu'elles remplissent certains critères précis.

- CRTC, *Le CRTC établit les critères d'exemption pour les essais techniques de vidéo sur demande*, Ottawa, 16 septembre 1994.

20 octobre : Le CRTC annonce qu'il tiendra une instance administrative en deux étapes et une audience publique comme partie intégrante de la consultation publique que le gouvernement lui a demandé d'entreprendre sur les questions de politiques relatives à l'autoroute de l'information.

- CRTC, *Le CRTC annonce son processus de consultation publique sur l'autoroute de l'information*, Ottawa, 20 octobre 1994.

21 décembre : Le CRTC annonce qu'il accepte le nouveau code concernant la violence qu'ont élaboré les services canadiens de télévision payante et de télévision à la carte.

- CRTC, *Le CRTC accepte le code en matière de violence soumis par les services de télévision payante et à la carte*, Ottawa, 21 décembre 1994.

## 1995

13 janvier : Le CRTC annonce que les entreprises qui souhaitent offrir des services de programmation de jeux vidéo sur le câble n'auront pas besoin d'une licence, à condition de remplir certains critères fondamentaux.

- CRTC, *Le CRTC établit de rigoureuses règles anti-violence pour les jeux vidéo sur le câble*, Ottawa, 13 janvier 1995.

26 janvier : Le CRTC annonce que les exploitants de nouveaux services de télé-achats seront exemptés de l'obligation d'obtenir une licence du Conseil, pourvu qu'ils satisfassent à un ensemble de règles fondamentales.

- CRTC, *Principaux critères d'exemption des services de télé-achats : aucuns frais additionnels pour les abonnés du câble et utilisation prédominante des ressources créatrices canadiennes*, Ottawa, 26 janvier 1995.

22 février : Le CRTC annonce qu'il prolonge jusqu'au 11 janvier 1996 le délai pour soumettre de nouvelles propositions de services canadiens d'émissions spécialisées ou de télévision payante.

- CRTC, *Le CRTC reporte l'échéance pour les demandes de licence visant de nouveaux services d'émissions spécialisées et de télévision payante*, Ottawa, 22 février 1995.

24 mars : Le CRTC adopte des modalités de politique plus souples, mettant l'accent sur les émissions canadiennes de divertissement, lors du renouvellement des licences d'un certain nombre de stations de télévision privées de langue anglaise

*CRTC, Le CRTC encourage les télédiffuseurs privés locaux à augmenter leur programmation canadienne de divertissement, Ottawa, 24 mars 1995.*

03 avril : Le CRTC annonce qu'il tiendra, à partir du 11 octobre 1995, une audience publique sur la question de la violence à la télévision.

*- CRTC, Le CRTC tiendra une audience publique et des consultations régionales sur les moyens de mieux protéger les enfants contre la violence à la télévision, Ottawa, 3 avril 1995.*

24 avril : Le CRTC communique au Gouvernement ses observations et préoccupations relatives aux projets de décret issus des recommandations du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion directe à domicile par satellite.

*- CRTC, Lettre au Patrimoine canadien au sujet des projets de décrets, 24 avril 1995.*

19 mai : Le CRTC recommande certaines mesures propres à accélérer l'établissement d'une concurrence durable dans la fourniture de services d'information et de programmation par voie électronique au Canada. Il propose aussi de nouveaux moyens pour garder les Canadiens à l'écoute de leur propre système de radiodiffusion grâce à des émissions canadienne de qualité.

*- CRTC, Concurrence et culture sur l'autoroute de l'information : gestion des réalités de transition, Ottawa, 19 mai 1995.*

11 juillet : Le CRTC appelle des demandes de licence d'exploitation de nouveaux services de radiodiffusion directe (SRD) du satellite au foyer et de nouvelles entreprises de programmation de télévision à la carte distribuées par SRD.

*- CRTC, Les consommateurs bénéficieront des audiences du CRTC sur la radiodiffusion directe par satellite, Ottawa, 11 juillet 1995.*

28 juillet : Le CRTC lance un appel d'observations concernant l'établissement de règles complètes en matière d'accès pouvant s'appliquer à toutes les entreprises de distribution de radiodiffusion.

*- CRTC, Le CRTC lance un appel d'observations en vue d'élaborer des règles d'accès équitables pour la distribution de radiodiffusion, Ottawa, 28 juillet 1995.*

21 août : Le CRTC lance un appel au public en vue d'obtenir ses observations au sujet du code révisé qu'il propose pour régir la publicité des boissons alcoolisées, de même qu'au sujet de diverses questions connexes.

*- CRTC, Le CRTC invite le public à se prononcer sur de nouvelles règles visant la publicité des boissons alcoolisées, Ottawa, 21 août 1995.*

31 août : Le CRTC annonce la tenue d'une audience publique en vue d'examiner les demandes de licence qu'il a reçues d'entreprises désirant offrir un service de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) ou de programmation de télévision à la carte distribuée par SRD.

- CRTC, *Le CRTC tiendra une audience publique sur les demandes de licence pour la distribution par SRD, la programmation de télé à la carte par SRD et la programmation sonore payante*, Ottawa, 31 août 1995.

30 novembre : Le CRTC rappelle aux requérants qui déposent une demande de licence en vue d'offrir de nouveaux services spécialisés ou de télévision payante qu'ils doivent évaluer de façon réaliste la mesure dans laquelle leurs nouveaux services seront acceptés par les consommateurs et les distributeurs.

- CRTC, *Le CRTC présente en détail les critères qui lui serviront à évaluer les demandes pour offrir des nouveaux services spécialisés et de télévision payante*, Ottawa, 30 novembre 1995.

20 décembre : Suite à une instance publique commencée par des directives du gouvernement quant à l'approche devant être adoptée en matière d'attribution de licences d'exploitation d'entreprises de distribution par SRD et de services de programmation de télévision à la carte distribués par SRD, le CRTC autorise deux nouveaux services canadiens par satellite de radiodiffusion directe (SRD) et cinq services de programmation de télévision à la carte distribués par SRD.

- CRTC, *Le CRTC ouvre la télévision par satellite à la concurrence*, Ottawa, 20 décembre 1995.

## 1996

14 mars : Le CRTC annonce qu'il impose le mois de septembre 1996 comme date limite de l'implantation, par les radiodiffuseurs, d'un système de classification utilisant la puce antiviolence et destiné à aider les parents à protéger leurs enfants contre la violence excessive à la télévision.

- CRTC, *Respectons nos enfants : Une approche canadienne pour aider les familles à contrer la violence à la télévision -- Le CRTC impose une date limite pour l'implantation d'un système de classification des émissions de télévision utilisant la puce antiviolence*, Ottawa, 14 mars 1996.

26 avril : Le CRTC annonce la démarche qu'il suivra pour établir les conditions que devront remplir certaines catégories d'entreprises de radiodiffusion afin d'être exemptées du processus habituel d'attribution de licence.

- CRTC, *Le CRTC annonce sa nouvelle démarche de recours aux exemptions et d'attribution de licences*, Ottawa, 26 avril 1996.

26 avril : Le CRTC annonce les nouvelles règles qu'il propose d'adopter pour assurer un accès juste et équitable aux services de télédiffusion.

- CRTC, *Le CRTC annonce de nouvelles règles en matière d'accès pour les entreprises de radiodiffusion*, Ottawa, 26 avril 1996.

17 mai : Le CRTC lance son processus pour la participation du public à l'élaboration d'une nouvelle démarche à l'égard de la réglementation des entreprises de distribution de radiodiffusion au Canada.

- CRTC, *Le CRTC lance un appel d'observations concernant une nouvelle démarche à l'égard de la réglementation des entreprises de distribution de radiodiffusion*, Ottawa, 17 mai 1996.

1<sup>er</sup> août : Le CRTC annonce son nouveau cadre de réglementation concernant la publicité pour les boissons alcoolisées.

- CRTC, *Le CRTC annonce un nouveau cadre de réglementation qui régira la diffusion de la publicité pour les boissons alcoolisées*, Ottawa, 1<sup>er</sup> août 1996.

04 septembre : Le CRTC élargi la gamme des services de télévision qui seront offerts aux téléspectateurs en autorisant 22 services spécialisés canadiens de même qu'un nouveau service de télévision à la carte.

- CRTC, *Un plus grand nombre d'options pour les téléspectateurs : Le CRTC autorise 23 nouveaux services canadiens*, Ottawa, 4 septembre 1996.

04 octobre : Le CRTC fait état du calendrier révisé des engagements relatifs à la mise en œuvre d'un système de classification des émissions et de la technologie de la puce antiviolence, calendrier que le Groupe d'action sur la violence à la télévision a déposé au nom des industries canadiennes de la télédiffusion, de la câblodistribution et de la production.

- CRTC, *Classification des émissions et puce antiviolence : Nouveau calendrier de mise en œuvre*, Ottawa, 4 octobre 1996.

17 décembre : Le CRTC publie les décisions approuvant des demandes d'exploitation de nouveaux services canadiens de télévision payante et d'émissions spécialisées et il est maintenant disposé à accepter des demandes de modification des listes.

- CRTC, *Demandes parrainées visant à ajouter des services aux listes de services par satellite admissibles*, Ottawa, 17 décembre 1996.

## 1997

10 janvier : Le CRTC amorce une consultation publique sur la faisabilité de mettre en œuvre la substitution évoluée des signaux de radiodiffusion et sur diverses démarches à cet égard.

- CRTC, *Le CRTC lance un appel d'observations sur certaines options devant permettre une protection accrue des droits de diffusion*, Ottawa, 10 janvier 1997.

19 février : Le CRTC sollicite des observations relativement aux demandes que lui ont soumises 11 entreprises canadiennes à l'endroit de 28 services par satellite non canadiens.

- CRTC, *Appel d'observations sur les demandes parrainées visant à ajouter des services non canadiens aux listes de services par satellite admissibles*, Ottawa, 19 février 1997.

11 mars : Le CRTC annonce le nouveau cadre de réglementation qu'il entend appliquer à tous les distributeurs de services de radiodiffusion au Canada, incluant les distributeurs terrestres utilisant les liens terrestres et la technologie du sans-fil ainsi que les distributeurs de services par satellite de radiodiffusion directe (SRD).

- CRTC, *Le marché de la distribution en radiodiffusion : Le CRTC annonce un nouveau cadre de réglementation concurrentiel et à fort contenu canadien*, Ottawa, 11 mars 1997.

09 avril : Le CRTC annonce qu'il a ajourné la consultation publique, amorcée le 10 janvier dernier, sur la faisabilité de mettre en œuvre la substitution évoluée des signaux de radiodiffusion.

- CRTC, *Report de l'audience publique sur les moyens d'accroître la protection des droits de diffusion*, Ottawa, 9 avril 1997.

01<sup>er</sup> mai : Le CRTC ouvre le marché canadien des télécommunications à la concurrence. Par ailleurs, par ses décisions, il permet aux compagnies de téléphone de présenter au Conseil des demandes de licences d'exploitation pour des services de distribution de signaux de radiodiffusion.

- CRTC, *Feu vert à la concurrence en téléphonie locale*, Ottawa, 1<sup>er</sup> mai 1997.

18 juin : Le CRTC approuve le système de classification déposé le 30 avril par le Groupe d'action sur la violence à la télévision (le GAVT).

- CRTC, *Le système de classification de la violence dans les émissions de télévision : un nouveau mécanisme de protection des enfants*, Ottawa, 18 juin 1997.

02 juillet : Le CRTC annonce qu'il octroie cinq licences à des entreprises de programmation vidéo sur demande (VSD).

- CRTC, *Le CRTC autorise cinq services vidéo sur demande*, Ottawa, 2 juillet 1997.

02 juillet : Le CRTC invite l'industrie et le public à lui faire part de leurs commentaires au sujet du libellé du projet de règlement concernant les entreprises de distribution de radiodiffusion qui remplacera le règlement sur la télédistribution actuellement en vigueur.

- CRTC, *Le CRTC lance un appel d'observations concernant un nouveau règlement applicable aux entreprises de distribution de radiodiffusion*, Ottawa, 2 juillet 1997.

22 juillet : Le CRTC rend public ses listes révisées de services par satellite admissibles auxquelles ont été ajoutés plusieurs services non canadiens. Ces ajouts apporteront plus de choix et de variété parmi les services non canadiens par satellite pouvant être assemblés avec des services canadiens d'émissions spécialisées et de télévision payante.

- CRTC, *Les consommateurs auront accès à un plus grand nombre de services par satellite non canadiens*, Ottawa, 22 juillet 1997.

11 septembre : Le CRTC précise les détails de la démarche qu'il adoptera pour examiner les demandes visant l'exploitation de nouveaux services canadiens d'émissions spécialisées et de télévision payante.

- CRTC, *Date limite pour le dépôt de demandes de nouveaux services de télévision payante et d'émissions spécialisées*, Ottawa, 11 septembre 1997.

11 décembre : Le CRTC annonce qu'il reportera jusqu'au premier trimestre de 1999, au plus tard, l'audience publique portant sur des demandes de licences de nouveaux services d'émissions spécialisées et de télévision payante.

- CRTC, *Le CRTC reporte l'audience publique portant sur des demandes de licences de nouveaux services d'émissions spécialisées et de télévision payante*, Ottawa, 11 décembre 1997.

22 décembre : Le CRTC publie le nouveau *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, qui entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1998.

- CRTC, *Le CRTC annonce un nouveau règlement sur la distribution de services de radiodiffusion*, Ottawa, 22 décembre 1997.

### janvier 1998 mai

06 mai : Le CRTC publie un avis de consultation en vue de procéder à un examen complet de sa politique sur la programmation télévisuelle canadienne.

- CRTC, *La programmation canadienne télévisuelles de demain : Une question qui nous concerne tous*, Ottawa, 6 mai 1998.

## Annexe III – Le corpus d’analyse

### *Les grands dossiers*

#### **La structure de l’industrie télévisuelle :**

1. Audience publique portant sur la structure de l’industrie  
(Avis public CRTC 1993-74, 3 juin 1993 : 33 pages)

#### **La convergence / l’inforoute :**

2. Appel d’observation concernant l’Arrêté C.P. 1994-1689  
(Avis public CRTC 1994-130, 20 octobre 1994 : 12 pages)
3. Concurrence et culture sur l’autoroute canadienne de l’information : gestion des réalités de transition.  
(Rapport du CRTC, 19 mai 1995 : 49 pages)

#### **Le nouveau Règlement sur la distribution de radiodiffusion :**

4. Appel d’observations concernant un projet de démarche portant sur la réglementation des entreprises de distribution de radiodiffusion  
(Avis public CRTC 1996-69, 17 mai 1996 : 15 pages)
5. Nouveau cadre de réglementation pour les entreprises de distribution de radiodiffusion.  
(Avis public CRTC 1997-25, 11 mars 1997 : 39 pages)
6. Projet de Règlement sur la distribution de radiodiffusion.  
(Avis public CRTC 1997-84, 2 juillet 1997 : 43 pages)
7. Règlement sur la distribution de radiodiffusion  
(Avis public CRTC 1997-150, 22 décembre 1997 : 61 pages)

#### **L’examen des politiques relatives à la télévision :**

8. Examen des politiques du Conseil relatives à la télévision canadienne – Appel d’observations  
(Avis public CRTC 1998-44, 6 mai 1998 : 19 pages)

## *Les dossiers ponctuels*

### **Les règles de distribution :**

9. Exigences relatives à la distribution et à l'assemblage  
(Avis public CRTC 1993-75, 3 juin 1993 : 3 pages)
10. Avis d'appel d'observations concernant le décret C.P. 1995-398  
(Avis public CRTC 1995-128, 28 juillet 1995 : 6 pages)
11. Règles en matière d'accès pour les entreprises de distribution de radiodiffusion.  
(Avis public CRTC 1996-60, 26 avril 1996 : 13 pages)

### **La violence à la télévision :**

12. Code d'application volontaire concernant la violence à la télévision  
(Avis public CRTC 1993-149, 28 octobre 1993 : 7 pages)
13. Normes et pratiques de la télévision payante et de la télévision à la carte concernant la violence.  
(Avis public CRTC 1994-155, 21 décembre 1994 : 4 pages)
14. Examen de la démarche du Conseil en matière de violence à la télévision.  
(Avis d'audience publique CRTC 1995-5, 3 avril 1995 : 10 pages)
15. Partie précédente...CRTC 1995-5 intitulé « Examen de la démarche du Conseil en matière de violence à la télévision ». Dans cet avis, le Conseil a annoncé qu'il avait l'intention de tenir une audience publique et une série de consultations régionales visant à obtenir des observations sur les démarches à adopter éventuellement à l'égard des questions soulevées par la présence de la violence dans les émissions de télévision.  
(Avis public CRTC 1996-36, 14 mars 1996 : 13 pages)
16. Calendrier révisé relatif à la mise en œuvre du système de classification des émissions de télévision et de la technologie de la puce antiviolence.  
(Avis public CRTC 1996-134, 4 octobre 1996 : 4 pages)
17. Système de classification de la violence dans les émissions de télévision.  
(Avis public CRTC 1997-80, 18 juin 1997 : 9 pages)

### **Les nouveaux services concurrentiels :**

18. Politique relative au recours aux ordonnances d'exemption  
(Avis public CRTC 1996-59, 26 avril 1996 : 9 pages)

(Systèmes de distribution multipoint)

19. Politique de réglementation des systèmes de distribution multipoint (SDM)  
(Avis public CRTC 1993-76, 3 juin 1993 : 5 pages)

(Services de télé-achats)

20. Appel d'observations – Services de télé-achats et d'infopublicités.  
(Avis public CRTC 1993-172, 8 décembre 1993 : 2 pages)
21. Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de services de programmation de télé-achats.  
(Avis public CRTC 1995-14, 26 janvier 1995 : 6 pages)

(Services spécialisés, payants et à la carte)

22. Appel de demandes de licences d'exploitation de nouvelles entreprises de programmation spécialisées, de télévision payante et de télévision à la carte canadiennes  
(Avis public CRTC 1993-77, 3 juin 1993 : 4 pages)
23. Préambule – attribution de licences à de nouveaux services spécialisés et de télévision payante.  
(Avis public CRTC 1994-59, 6 juin 1994 : 25 pages)
24. Prorogation du délai de présentation des demandes de licence d'exploitation de nouvelles entreprises de programmation spécialisée et de télévision payante canadiennes.  
(Avis public CRTC 1995-29, 22 février 1995 : 3 pages)
25. Démarche du Conseil à l'égard des demandes de licence d'exploitation de nouveaux services de programmation spécialisée et de télévision payante  
(Avis public CRTC 1995-205, 30 novembre 1995 : 4 pages)
26. Préambule – Attribution de licences à de nouvelles entreprises d'émissions spécialisées et de télévision payante  
(Avis public CRTC 1996-120, 4 septembre 1996 : 22 pages)
27. Calendrier du Conseil pour l'examen des demandes de licence d'exploitation de nouveaux services d'émissions spécialisées et de télévision payante.  
(Avis public CRTC 1997-33, 27 mars 1997 : 4 pages)
28. Remise à plus tard de l'audience publique portant sur les demandes de nouveaux services d'émissions spécialisées et de télévision payante.  
(Avis public CRTC 1997-33-2, 11 décembre 1997 : 2 pages)

(Satellites)

29. Appel d'observations – Projet d'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe.  
(Avis public CRTC 1994-19, 2 mars 1994 : 4 pages)

30. Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD).  
(Avis public CRTC 1994-111, 30 août 1994 : 5 pages)
  31. Lettre au Patrimoine canadien au sujet des projets de décrets  
(Communiqué, 24 avril 1995 : 3 pages)
  32. Appel de demandes de licences d'exploitation de nouvelles entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) et de nouvelles entreprises de programmation de télévision à la carte distribuées par SRD.  
(Avis public CRTC 1995-114, 11 juillet 1995 : 8 pages)
  33. Préambule – attribution de licences d'exploitation de nouvelles entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) et de nouvelles entreprises de programmation de télévision à la carte distribuées par SRD.  
(Avis public CRTC 1995-217, 20 décembre 1995 : 12 pages)
  34. Révocation de l'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD).  
(Avis public CRTC 1995-219, 20 décembre 1995 : 2 pages)
  35. Appel de demandes visant à modifier les listes de services par satellite admissibles.  
(Avis public CRTC 1996-122, 4 septembre 1996 : 2 pages)
  36. Appel de demandes visant à modifier les listes de services par satellite admissibles – précision et prorogation de délai.  
(Avis public CRTC 1996-122-1, 2 octobre 1996 : 1 pages)
  37. Appel d'observations sur les demandes de parrainage visant à ajouter des services par satellite non canadiens aux listes des services par satellite admissibles.  
(Avis public CRTC 1997-17, 19 février 1997 : 14 pages)
  38. Listes révisées de services par satellite admissibles.  
(Avis public CRTC 1997-96, 22 juillet 1997 : 7 pages)
- (Vidéo sur demande)
39. Appel d'observations – Projet d'ordonnance d'exemption relative aux entreprises expérimentales de programmation vidéo sur demande.  
(Avis public CRTC 1994-33, 23 mars 1994 : 3 pages)
  40. Ordonnance d'exemption relative aux entreprises expérimentales de programmation vidéo sur demande.  
(Avis public CRTC 1994-118, 16 septembre 1994 : 5 pages)

41. Attribution de licences à de nouvelles entreprises de programmation vidéo sur demande – Préambule aux décisions CRTC 97-283 à 97-287.  
(Avis public CRTC 1997-83, 2 juillet 1997 : 7 pages)

(Jeux vidéo)

42. Appel d'observations – Projet d'ordonnance d'exemption relative aux entreprises de service de programmation de jeu vidéo.  
(Avis public CRTC 1994-34, 23 mars 1994 : 3 pages)

43. Politique relative à la distribution de services de programmation de jeux vidéo.  
(Avis public CRTC 1995-5, 13 janvier 1995 : 7 pages)

(Téléphonie)

44. Demandes de compagnies de téléphones visant l'exploitation d'entreprises de distribution de radiodiffusion.  
(Avis public CRTC 1997-49, 1 mai 1997 : 4 pages)

**Les fonds de production :**

45. Le Fonds de production  
(Avis public CRTC 1994-10, 10 février 1994 : 7 pages)
46. Appel d'observations au sujet d'une proposition visant à affecter les contributions pour la programmation des entreprises de distribution de radiodiffusion au fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes.  
(Avis public CRTC 1997-27, 11 mars 1997 : 3 pages)

**La publicité télévisuelle :**

47. Projet de modification au Règlement de 1987 sur la télédiffusion; Révision aux restrictions imposées à la quantité autorisée de matériel publicitaire.  
(Avis public CRTC 1994-37, 29 mars 1994 : 5 pages)
48. Modification au Règlement de 1987 sur la télédiffusion, de manière à permettre, par condition de licence, la diffusion « d'infopublicités » au cours de la journée de radiodiffusion.  
(Avis public CRTC 1994-139, 7 novembre 1994 : 5 pages)
49. Appel d'observations sur le projet de révisions au cadre de réglementation de la diffusion de publicité en faveur de boisson alcoolisées  
(Avis public CRTC 1995-142, 21 août 1995 : 10 pages)
50. Nouveau cadre de réglementation de la diffusion de publicité en faveur de boissons alcoolisées.  
(Avis public CRTC 1996-108, 1 août 1996 : 12 pages)

**Le renouvellement de licence du télédiffuseur public national :**

51. Société Radio-Canada- 932185200 – 932186000. Renouvellement des licences des réseaux anglais et français de télévision.  
(Décision CRTC 94-437, 27 juillet 1994 : 36 pages)

**Télédistribution de nouveaux signaux de télévision conventionnels américains (Fox) :**

52. Préambule aux décisions CRTC 94-702 à 94-705 – Approbation de la télédistribution des signaux d'affiliées du réseau de la Fox.  
(Avis public CRTC 1994-107, 29 août 1994 : 4 pages)

**Le renouvellement des licences d'exploitation de stations de télévision privées de langue anglaise (modification de la réglementation et des politiques) :**

53. Préambule aux décisions renouvelant les licences de stations de télévision privées de langue anglaise.  
(Avis public CRTC 1995-48, 24 mars 1995 : 12 pages)

**Les droits de diffusion :**

54. V. substitution simultanée des émissions.  
(Avis public CRTC 1996-69Partie précédente, 17 mai 1996 : 13 pages)
55. Options relatives à l'accroissement de la protection des droits de diffusion : appel d'observations.  
(Avis public CRTC 1997-7, 10 janvier 1997 : 8 pages)
56. Report de l'instance de fond visant à examiner des options relatives à l'accroissement de la protection des droits de diffusion.  
(Avis public CRTC 1997-7-2, 9 avril 1997 : 1 pages)

*Les grands dossiers sont représentés par 271 pages  
Les dossiers ponctuels sont représentés par 358 pages*

*Nombre total de pages à analyser : 629*

## Annexe IV – Les documents officiels complémentaires

- Comité consultatif sur l'autoroute de l'information (CCAI), *Contact, Communauté, Contenu : Le défi de l'autoroute de l'information*, Ottawa : Approvisionnement et Services Canada, septembre 1995. <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ih01070f.html>
- Comité consultatif sur l'autoroute de l'information (CCAI), *Préparer le Canada au monde numérique. Rapport final du Comité consultatif sur l'autoroute de l'information*, Ottawa : Approvisionnement et Services Canada, septembre 1997. <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ih01650f.html>
- Comité d'examen des mandats (Comité Juneau), *Faire entendre nos voix - Le Cinéma et la Télévision du Canada au 21<sup>e</sup> siècle - Comité d'examen des mandats : SRC, ONF, Téléfilm*, Ottawa : Ministre du Patrimoine canadien, janvier 1996. <http://www.pch.gc.ca/culture/brdcstng/pubs/juneau/francais>
- Gouvernement du Canada, *La société canadienne à l'ère de l'information : Pour entrer de plain-pied dans le XXI<sup>e</sup> siècle*, Ottawa : Approvisionnement et Services Canada, mai 1996. <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ih01103f.html>
- Groupe de travail sur la culture et le contenu canadiens du CCAI, *Rapport du Groupe de travail sur la culture et le contenu canadiens : Assurer une présence canadienne vigoureuse sur l'autoroute de l'information*, Ottawa : Approvisionnement et Services Canada, 2 octobre 1995. <http://www.pch.gc.ca/pubs/pub-radiodiff>
- Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique, *La télévision canadienne à l'ère numérique. Rapport du Groupe de travail sur la mise en œuvre de la télévision numérique*, Ottawa : Ministre du Patrimoine canadien, 1997. <http://www.pch.gc.ca/pubs/pub-radiodiff>
- Le Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes, *Rapport d'activités annuel - Programme de droits de diffusion - Programme de participation au capital - Pour l'exercice du 1<sup>er</sup> avril 1996 au 31 mars 1997*, septembre 1997. <http://www.pch.gc.ca/pubs/pub-radiodiff>
- Le Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes, *Rapport d'activités 1997-1998 : Le Fonds de télévision et de câblodistribution pour la production d'émissions canadiennes*, 1998. <http://www.pch.gc.ca/pubs/pub-radiodiff>