

Le fait que les systèmes de télédistribution peuvent importer des signaux éloignés risque de fractionner l'auditoire du poste local et d'avoir des conséquences fâcheuses sur les postes locaux. Les systèmes de télédistribution captent les émissions transmises par ondes hertziennes par les stations de télévision qui possèdent une licence pour la région et les distribuent dans de nombreuses autres régions sans participer aux frais de production de ces émissions. Le CRTC en est arrivé à la conclusion que les systèmes de télédistribution devraient payer pour les émissions canadiennes transmises par ondes hertziennes et pour les services reçus en achetant d'autres émissions aux stations locales et régionales autorisées ainsi qu'aux réseaux pour les transmettre ou les retransmettre en utilisant leurs systèmes, ce qui étendrait la diffusion des émissions canadiennes. Grâce à une politique visant à supprimer et à remplacer des émissions lorsque des stations qui desservent déjà la localité ont une programmation identique, ces dernières pourront regagner une partie de leur auditoire local sans réduire ou limiter le choix d'émissions offert aux téléspectateurs. Le CRTC encourage également l'adoption d'une politique analogue pour ce qui concerne les messages publicitaires. Si les stations autorisées de télédistribution n'ont pas le droit de vendre de la publicité, il leur est toutefois permis de supprimer la teneur commerciale des signaux non autorisés à desservir le Canada et de les remplacer par des messages publicitaires vendus par des stations canadiennes de télévision.

16.2.2 Télédiffusion

Les émissions de télévision ont débuté au Canada en 1952 à Toronto et à Montréal et la couleur est apparue en 1966. Sur les 6.3 millions de ménages que compte le Canada, 6.0 millions environ possèdent un ou plusieurs téléviseurs. En septembre 1974, d'après les estimations, 54.5% des ménages canadiens possédaient un télécouleur, l'Alberta ayant la proportion la plus élevée, soit environ 63.9%, et l'Île-du-Prince-Édouard la proportion la plus faible, c'est-à-dire 40%. Radio-Canada exploite deux des quatre chaînes canadiennes de télévision: un réseau français et un réseau anglais. Les autres réseaux sont la chaîne de langue anglaise *CTV Television Network Limited*, qui diffuse dans tout le Canada, et le réseau de langue française TVA, qui pour le moment ne dessert que le Québec. Un troisième réseau canadien de télévision, le *Global Communications Limited*, est entré en activité en Ontario le 1^{er} janvier 1974.

Au 31 mars 1974, le Canada comptait 588 entreprises de télévision dont les propriétaires-exploitants étaient Radio-Canada, les stations privées de langue anglaise affiliées à Radio-Canada, le réseau CTV et le réseau TVA. Il existait en outre plusieurs stations émettrices indépendantes de langue anglaise, qui exploitaient également des stations de retransmission.

Le développement de la télévision canadienne s'est heurté, dès le début, à des problèmes d'ordre géographique et linguistique. Environ la moitié des Canadiens vivent près de la frontière sud et peuvent capter les émissions de l'un ou de tous les principaux réseaux américains. Ce fait, ainsi que la nécessité de préserver l'identité canadienne et d'exprimer les intérêts du Canada, a contribué à l'amélioration rapide des services de télévision au Canada. Les villes de Toronto et de Montréal comptent aujourd'hui parmi les principaux centres mondiaux de production d'émissions de télévision en anglais et en français; Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Ottawa, Québec, Halifax, Moncton et Saint-Jean (T.-N.) sont les centres régionaux de production. Les satellites canadiens de communications ANIK I et ANIK II contribuent de plus en plus à l'extension des services canadiens de radio et de télévision jusque dans les régions les plus reculées du pays, en particulier dans le Grand Nord.

16.2.3 Radiodiffusion

Malgré l'omniprésence de la télévision, la radio reste un moyen de communication important pour la population du Canada. Les réseaux de la Société Radio-Canada fournissent une gamme variée d'émissions à l'échelle nationale et une grande proportion des auditeurs écoute régulièrement les stations locales privées. Environ 97% des ménages canadiens possèdent une radio. Dans environ la moitié de ces foyers on compte plus d'un appareil et, souvent, il y a une radio dans la voiture familiale et la famille possède un ou plusieurs appareils portatifs à transistor. On estime qu'au Canada il y a un appareil de radio pour deux personnes.

Pour satisfaire cet auditoire, la Société Radio-Canada exploite un réseau de langue anglaise et un réseau de langue française. Il existe aussi un nombre considérable de stations de radio privées dont certaines sont affiliées aux réseaux de Radio-Canada et d'autres ont une fonction purement locale. En 1974, il y avait 365 stations AM et 101 FM en exploitation.