

Par suite de la réalisation de quatre grandes études parlementaires sur la radiodiffusion depuis 1920, la loi canadienne en est venue à considérer que la radio-télévision d'origine publique, la radio-télévision d'origine commerciale et la télédistribution «constituent un système unique». La loi où figure cette expression, la Loi sur la radiodiffusion qui est entrée en vigueur en 1968, attribue comme fonction au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes de régler et de surveiller tous les aspects du système canadien de radiodiffusion en vue de réaliser certains objectifs: possession et contrôle réels des installations de radiodiffusion par des Canadiens; grande diversité d'émissions offrant des chances équilibrées et raisonnables d'exprimer des points de vue différents sur des questions d'intérêt public; mise à la portée de tous les Canadiens de services en français et en anglais; et programmation de grande qualité qui mette d'abord en valeur la créativité et autres ressources canadiennes.

Ces objectifs témoignent de la préoccupation d'un pays peu peuplé qui partage un continent et un bagage culturel considérable avec un voisin ayant une forte population. Plus de 60% des Canadiens d'expression anglaise et plus de 40% des Canadiens d'expression française ont accès, directement ou au moyen de la télédistribution, à des stations et réseaux des États-Unis. De plus, les droits canadiens de diffusion d'émissions populaires réalisées aux États-Unis ne coûtent pas tellement cher puisque les producteurs ont déjà recouvré leurs frais aux États-Unis. En conséquence, les émissions américaines constituent une grande partie des émissions présentées par les stations canadiennes de télévision et de radio.

Le souci d'avoir un service de radiodiffusion qui contribuera à sauvegarder, à enrichir et à raffermir la réalité culturelle, politique, économique et sociale du Canada, comme le mentionne la Loi sur la radiodiffusion, est solidement représenté par la Société Radio-Canada, et il est également exprimé dans le règlement du CRTC sur le contenu des émissions. Les émissions non canadiennes des stations et réseaux de télévision ne doivent pas constituer plus de 40% du temps de diffusion entre 0600 et 2400 heures. Pour ce qui concerne la radiodiffusion MA, 30% des compositions musicales présentées par les stations et réseaux entre 0600 et 2400 heures doivent être canadiennes selon les critères fixés par le règlement du CRTC. Chaque exploitant de station MF ou de réseau prend des engagements précis relativement au contenu canadien avant d'obtenir une licence.

16.2.1 Télédistribution

Bien que le gouvernement et l'entreprise privée aient accordé relativement peu d'attention à l'importance de la télédistribution avant la deuxième moitié des années 60, plus de 10% des foyers y étaient abonnés en 1968. En 1969, le CRTC a examiné les possibilités d'extension des champs de diffusion des stations et réseaux américains au Canada au moyen de la télédistribution et a conclu «qu'une accélération rapide de ce processus à travers le pays constituerait le danger le plus sérieux qu'ait encouru le système de radiodiffusion canadien depuis 1932 avant la mise en vigueur de la première loi de la radiodiffusion». Le règlement sur la télédistribution émis par le Conseil en 1975 traduit cette préoccupation: il accorde aux stations locales et régionales la priorité sur les stations plus éloignées quant à l'ordre à respecter dans l'attribution des canaux de diffusion disponibles dans n'importe quel réseau de télédistribution; il prévoit également le remplacement des signaux d'une station éloignée venant après dans l'ordre de priorité par les signaux de la station locale ou régionale quand les deux transmettent la même émission en même temps.

Télévision payante. La politique du CRTC concernant la télévision payante, parue en décembre 1975, affirmait qu'il était alors prématuré d'introduire un système global de télévision payante au Canada. En juin 1976, le Conseil a demandé des commentaires «sur la composition et le rôle d'un organisme, d'une institution ou d'une agence qui assemblerait, produirait et se procurerait de la programmation afin de la distribuer aux entreprises de radiodiffusion sur le plan national ou régional en langue anglaise ou française».

Une telle structure devra satisfaire à trois objectifs établis par le ministre des Communications relativement à la télévision payante. Elle devra offrir une variété