

FM, mais plus de 100 stations privées sont affiliées au réseau français ou anglais de Radio-Canada. De nombreuses stations privées régionales à temps partiel présentent des émissions particulières, comme le compte rendu détaillé d'événements sportifs importants.

Le réseau de télévision est plus étendu. Radio-Canada exploite deux réseaux télévisuels à l'échelle du pays, l'un en français et l'autre en anglais. Il existe trois grands réseaux commerciaux, le réseau CTV, qui fournit des émissions en langue anglaise d'un océan à l'autre, le réseau TVA, qui fournit des émissions françaises dans le Québec, et la société privée Global Communications Ltd. qui dessert le sud de l'Ontario. La définition de la programmation éducative est si vaste qu'aussi bien TV Ontario que Radio-Québec peuvent offrir pendant toute la soirée des émissions de divertissement d'intérêt général.

Il n'a jamais été facile de respecter les exigences relatives au contenu canadien et les objectifs culturels et sociaux qui s'y rapportent, car la plupart des Canadiens vivent sur une bande de terres longeant la frontière canado-américaine. Selon le CRTC, plus de 81% des Canadiens avaient accès, en 1977, à au moins un canal américain de télévision. Environ 70% de la population pouvait recevoir trois réseaux américains et le même pourcentage pouvait capter le *Public Broadcasting Service* des États-Unis. Au Canada anglais, 62.4% de la population avait accès à quatre canaux américains de télévision tandis que 45.6% seulement pouvait recevoir quatre canaux canadiens. Au Québec, 49% de la population pouvait capter un canal américain.

Malgré le règlement du CRTC sur la télédistribution et le contenu canadien des émissions, l'accessibilité aux canaux américains de télévision a eu pour conséquence que plus de Canadiens regardent les émissions américaines. En dépit de l'augmentation du nombre de stations canadiennes de télévision, la proportion de Canadiens regardant leurs émissions est tombée entre 1967 et 1977 de 74.1% à 69.5% au Canada anglais et de 80.1% à 74.3% pour les stations de langue française du Québec. Cette concurrence signifie que malgré le règlement du CRTC sur le contenu des émissions, les stations canadiennes de langue anglaise, surtout dans le secteur privé, achètent plus de programmes américains. Par conséquent, au-delà de 70% de toutes les émissions regardées en 1976 par les téléspectateurs canadiens sur les stations de langue anglaise étaient d'origine étrangère. Pour les émissions de divertissement et de sport, ce chiffre atteignait 81.7%.

L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), organisme national qui regroupe les radiodiffuseurs privés du Canada, a offert une explication de la popularité des émissions américaines au Canada dans son mémoire de janvier 1979 au Comité de télécommunications et de la souveraineté canadienne. La principale raison de cette popularité réside en ce, que la concurrence est créée par un marché qui a produit \$6.7 milliards en 1977. Ce chiffre représente le montant total des ventes commerciales de la télévision américaine. Le chiffre équivalent pour le Canada s'élevait à \$375.6 millions, tant pour les stations privées que pour Radio-Canada. Même si l'on tient compte de la subvention accordée à Radio-Canada par le Parlement, le total des fonds américains affectés à la programmation «nanisait» la somme correspondante disponible au Canada. Désormais, des budgets de \$250,000 à \$500,000 l'heure représentent la norme américaine contre \$60,000 à \$80,000 l'heure au Canada.

Dans son rapport de mars 1979, le Comité a présenté une foule de recommandations destinées à soutenir le caractère canadien de Radio-Canada. Les services de diffusion fournis par cette dernière sont les principaux instruments nationaux de la préservation de la souveraineté sociale et culturelle du Canada. Le Comité recommandait qu'on accorde à Radio-Canada tous les moyens nécessaires pour renforcer cette fonction et que l'on crée un groupe d'étude chargé d'examiner le fonctionnement de la Société; que les gouvernements provinciaux adoptent des programmes de radiodiffusion d'un caractère plus général et que les radiodiffuseurs privés prennent les mesures nécessaires pour exprimer l'identité canadienne de façon permanente. Il recommandait également l'adoption par le CRTC d'une règle plus précise sur le contenu canadien; l'utilisation des recettes de la télédistribution pour le maintien d'un fonds destiné à la production d'émissions canadiennes; la prise de mesures gouvernementales en vue de créer un parrainage collectif de la programmation canadienne, ainsi que l'adoption d'une série de