

Coproductions. Le Canada a conclu des traités de coproduction avec cinq pays: Royaume-Uni; France; Israël; Italie et République fédérale d'Allemagne. Agissant au nom du Secrétariat d'État comme administrateur de ces traités, la SDICC a reçu 13 demandes en 1978-79, dont neuf ont abouti à la réalisation de films. Le budget total de ces neuf coproductions s'est établi à \$30 millions, la part versée par des investisseurs canadiens ayant été de \$13.5 millions.

Bureau des festivals du film

17.6.3

Au cours de 1978-79, le Bureau des festivals du film, qui relève du Secrétariat d'État, a assuré une participation canadienne à 127 festivals du film (non exclusivement concurrentiels) auxquels les producteurs canadiens ont présenté 872 œuvres et obtenu 97 récompenses. En 1977-78, le Bureau a coordonné la participation de 563 productions canadiennes à 94 festivals cinématographiques; à ces occasions, 67 courts métrages canadiens ont gagné 118 récompenses, huit longs métrages, 28 prix et quatre cinéastes canadiens ont vu leurs travaux couronnés de diverses distinctions.

La fréquentation des cinémas

17.6.4

En 1978, les droits d'entrée à des projections cinématographiques au Canada ont atteint \$241.9 millions, dont près de \$218.4 millions ont été obtenus par les salles commerciales permanentes et presque \$33.6 millions par les cinémas-auto (tableau 17.11). Le prix moyen d'entrée était de \$2.68 (à l'exclusion des taxes) dans les cinémas ordinaires.

Au cours de 1978, un total de 904 nouveaux longs métrages ont été distribués, dont 365 des États-Unis, 190 de France, 90 du Canada, 55 d'Italie, 36 d'Allemagne, 20 de Grande-Bretagne et 148 d'autres pays. Les principaux changements observés ont consisté en une augmentation du nombre de films canadiens qui n'étaient que de 24 en 1977, et en une baisse des films d'origine américaine dont le volume s'était chiffré à 490 dans le total de 970 longs métrages de 1977.

Divertissements et loisirs au foyer

17.7

Services de communications

17.7.1

Malgré les grandes différences que présentent les revenus des familles, presque tous les Canadiens ont accès à la télévision, à la radio et au téléphone. En fait, un plus grand nombre de ménages canadiens disposent de téléviseurs que de téléphones. Sur les 7.3 millions de ménages que comptait le Canada en mai 1978, 97.3% possédaient des téléviseurs, 98.4% des récepteurs radio et 96.4% des appareils téléphoniques (tableau 7.13). Bien que le nombre des ménages se soit accru de 4.2% en une année, il s'est produit des augmentations globales de 11.1% dans le nombre de ceux qui ont acheté un téléviseur couleur, de 10.2% dans le nombre de ceux qui se sont abonnés à la télévision par câble et de 8.3% dans le nombre de ceux qui disposent d'appareils récepteurs radio.

Écoute de la télévision. Le Canadien moyen consacre deux fois plus de temps à regarder la télévision qu'à se livrer à toute autre forme de loisir. Depuis son lancement sur le marché commercial, la télévision a constitué le principal véhicule de ce que l'on appelle désormais la culture populaire. La vaste gamme des émissions — sports, films, nouvelles, affaires publiques, comédies de situation, spectacles de jeux questionnaires et messages commerciaux — reflètent et modèlent à la fois les attitudes du spectateur.

Le fléchissement des assistances aux cinémas ces 20 dernières années peut être directement attribué à la capacité de divertissements dont fait preuve la télévision. Ses programmations comprennent des films normalement projetés dans les salles commerciales aussi bien que des films réalisés spécialement pour le petit écran. Parmi les spectacles moins souvent télévisés on peut mentionner les représentations relevant des arts de la scène, telles que pièces de théâtre, opéras, ballets et séances musicales. Bien que la télévision ne puisse pas toujours entourer ses présentations de toute l'atmosphère d'une salle de concert ou de théâtre, un auditoire très élargi peut y avoir accès au foyer,