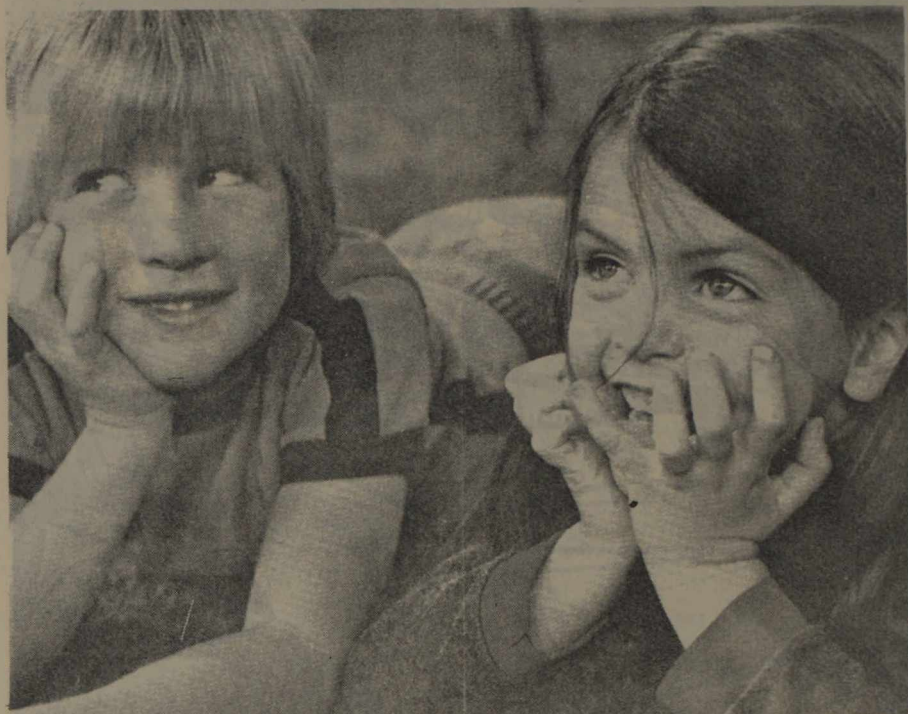


Le Canada et l'Afrique



● *La Société Radio-Canada attache beaucoup d'importance à ses jeunes auditeurs.*

123 millions de dollars.

L'émission la plus populaire de Radio-Canada reste «La soirée du hockey», qui atteint 2,5 millions de Canadiens des deux langues.

Le grand rival du réseau CBC est le *Canadian Television Network (CTV)*. Cette chaîne privée, qui se compose de 15 stations et compte quatre stations affiliées, diffuse dans l'ensemble du pays. CTV tire tous ses revenus de la publicité commerciale (chaque demi-heure de diffusion comporte environ 10 minutes de réclames).

Les autres grandes entreprises de télédiffusion sont Global TV, petit réseau limité au sud de l'Ontario et TVA qui s'adresse au public du Québec.

Le système canadien de télédiffusion compte également au-delà de 102 stations de télévision privées souvent affiliées à l'un ou à l'autre des grands réseaux. On dénombre 933 postes de transmission de télévision, dont 80 % sont des réémetteurs.

Par ailleurs, il existe également à travers le pays de nombreuses stations éducatives et communautaires établies depuis 1969, date à laquelle les provinces ont obtenu le droit de diffuser des émissions éducatives. (Bien que la radiotélévision relève du gouvernement fédéral, l'éducation est de juridiction provinciale). Les deux plus importants réseaux du genre sont Radio-Québec et TV Ontario.

La production de spectacles à teneur canadienne est l'une des grandes préoccupations des réseaux canadiens. Les avantages économiques que

présente le recours à des émissions américaines pré-produites ainsi qu'aux ressources beaucoup plus importantes des réseaux américains, ont eu pour résultat que les téléspectateurs canadiens ont été inondés par la télévision américaine. L'achat aux Etats-Unis d'une comédie-feuilleton d'une demi-heure coûte, en moyenne, 5.000 dollars et procure souvent des revenus publicitaires importants en raison de la popularité de ces émissions. Une production canadienne comparable représente des dépenses d'environ 40.000 dollars. On comprendra aisément pourquoi les diffuseurs préfèrent souvent les émissions américaines.

Pour relever ces défis, le CRTC, l'autorité réglementaire gouvernementale, a établi un ensemble de lignes directrices rigoureuses à l'intention de tous les télédiffuseurs. La responsabilité de Radio-Canada quant à la présentation d'émissions d'origine canadienne est supérieure à celle des autres diffuseurs; en conséquence, 60 % de sa programmation doit être d'origine canadienne. Quant à CTV et aux autres diffuseurs, leur moyenne doit également se situer à 60 % sur l'ensemble de l'année; toutefois, en soirée, pendant les heures de grande écoute, la proportion peut baisser jusqu'à 50 %. Le CRTC prévoit une hausse progressive du niveau du contenu canadien pendant les années à venir.

Les grands centres de production de télévision au Canada sont Toronto (réseaux anglais) et Montréal (réseaux français), cette dernière venant immé-

