

que Radio-Canada abandonne progressivement ses services de publicité commerciale, en commençant par ceux de la radio et qu'elle réduise graduellement les annonces commerciales faites à la télévision, en les échelonnant sur une certaine période de temps.

Du fait qu'il est le réseau national, Radio-Canada assume de plus grandes responsabilités que le secteur privé dans l'application des articles de la Loi sur la radiodiffusion qui concernent l'expression de l'identité canadienne. Il lui incombe aussi d'étendre ses services aux districts isolés à population peu nombreuse et clairsemée où il ne serait pas rentable d'assurer un service commercial. Cela signifie qu'une partie relativement importante des crédits de la Société doit être dépensée pour fournir les installations nécessaires.

Radio-Canada exploite deux réseaux de télévision, l'un de langue française et l'autre de langue anglaise, des réseaux de radio-diffusion en français et en anglais, un Service du Nord, un Service des Forces armées et un Service international qui transmet par ondes courtes la voix du Canada dans le monde entier.

LA TÉLÉVISION

La mise en place des réseaux de télévision au Canada a été difficile et onéreuse. Le pays est vaste, englobant sept fuseaux horaires et des régions étendues à faible densité de population. Le système doit fonctionner en français et en anglais. Les montagnes et les littoraux présentent d'énormes problèmes d'émissions et c'est pourquoi il existe plus d'émetteurs au Canada que partout ailleurs dans le monde (à l'exception de la Suisse), soit un émetteur par secteur de 37,162 habitants en comparaison des États-Unis où il n'en faut qu'un par secteur de 194,000 habitants.

Le Canada est adjacent aux États-Unis, pays le plus prospère et le plus novateur du monde en matière de divertissements populaires. Même des pays comme la Grande-Bretagne, la France, l'Allemagne et le Japon, dont les civilisations sont plus anciennes que celles du Canada, éprouvent des difficultés à soutenir la concurrence des spectacles américains. Étant donné que la moitié de la population du Canada vit assez près de la frontière des États-Unis, cela lui permet de capter facilement les programmes télévisés par les réseaux américains NBC, CBS et ABC.