

***La radiodiffusion publique au Canada :
une nouvelle approche s'impose***

**Mémoire au Comité permanent
du patrimoine canadien**

présenté par M. Robert Rabinovitch
président-directeur général

le 22 mars 2007

La radiodiffusion publique au Canada : une nouvelle approche s'impose

Une étude du rôle et du mandat de CBC/Radio-Canada devrait commencer par la question suivante : les Canadiens ont-ils encore besoin d'un radiodiffuseur public?

CBC/Radio-Canada a vu le jour pour des raisons culturelles. Les tensions qui ont abouti à sa création ne se sont pas atténuées; au contraire, elles sont aujourd'hui plus accentuées. Les Canadiens n'ont que l'embarras du choix en matière de contenu, que ce soit à la télévision, à la radio ou sur Internet. En fait, les Canadiens ont sans doute plus de choix en ce domaine que tous les autres citoyens du monde. Si le Canada veut occuper une place dans l'univers médiatique culturel, il ne peut compter que sur CBC/Radio-Canada pour l'y amener.

CBC/Radio-Canada se réjouit de l'occasion qui lui est donnée de participer à l'examen du mandat du radiodiffuseur public national qui sera mené par le Comité permanent du patrimoine canadien. Convaincus que ce mandat s'inscrit dans un processus essentiel qui devrait se répéter à intervalles réguliers selon un calendrier fixe, nous sommes déterminés à y jouer un rôle actif et constructif.

Dans le présent mémoire, CBC/Radio-Canada explique pourquoi le Canada a besoin d'un radiodiffuseur public. Nous y décrivons le rôle et la valeur de la radiodiffusion publique ainsi que certains défis que la Société devra relever de façon plus urgente. Nous faisons également un survol de nos services et nous joignons des chiffres sur nos auditoires. Enfin, nous faisons un renvoi à un document préparé par Nordicité, que nous déposons séparément et qui présente une analyse comparative du soutien de l'État pour la radiodiffusion publique et d'autres secteurs culturels au Canada et dans d'autres pays occidentaux.

Je ne vous surprendrai pas en disant que nous croyons que les Canadiens ont plus que jamais besoin d'un radiodiffuseur public. C'est grâce à la radiodiffusion publique que le gouvernement peut faire une place à du contenu canadien de grande qualité, au service des citoyens canadiens, dans un contexte de radiodiffusion largement dominé par les produits étrangers. Nous proposons également une nouvelle approche de la gouvernance de la radiodiffusion publique, qui prendrait la forme d'un contrat avec les Canadiens et qui garantirait que la radiodiffusion publique fournisse aux Canadiens les services qu'ils désirent.

Tout le long des audiences, nous prêterons assurément une oreille attentive aux divers enjeux et points de vue qui seront soulevés devant le Comité. Après avoir bien pris en compte tous les courants de pensée exposés, nous espérons pouvoir nous présenter de nouveau devant le Comité pour lui faire part de nos réflexions finales sur la position de CBC/Radio-Canada.



Le président-directeur général,
Robert Rabinovitch

TABLE DES MATIÈRES

Introduction

Un nouveau contexte culturel et sectoriel

Un nouveau contrat

Autres questions méritant un examen attentif

Pièces jointes

A. Les services de CBC/Radio-Canada

B. Aperçu des parts d'auditoires de CBC/Radio-Canada



Ni commerciale, ni étatique, la radiotélévision publique trouve sa raison d'être dans le seul accomplissement du service public. C'est la radiotélévision du public; elle s'adresse à chacun en tant que citoyen. Elle encourage l'accès et la participation à la vie publique. Elle développe les connaissances, élargit les horizons et permet à chacun de mieux se comprendre en comprenant le monde et les autres.

La radiotélévision publique se définit comme un lieu de rencontre où tous les citoyens sont invités et considérés sur une base égalitaire. C'est un outil d'information et d'éducation, accessible à tous et s'adressant à tous, indépendamment du statut social ou économique des uns et des autres. Son mandat ne se limite pas à l'information et au développement culturel. La radiotélévision publique doit aussi stimuler l'imaginaire et divertir. Mais elle le fait avec un souci de qualité qui doit la distinguer de l'audiovisuel commercial.



– Conseil mondial de radiotélévision, mai 2001
La radiotélévision publique : pourquoi? comment?

La raison d'être d'un radiodiffuseur public national au Canada

Dans les années 1930, les réseaux américains de radio ont franchi la frontière pour étendre rapidement leurs activités au Canada. Les Canadiens en sont venus à s'inquiéter de l'influence culturelle exercée par une programmation essentiellement américaine. Comment, en effet, pouvait-on préserver une identité culturelle indépendante et distincte si la programmation culturelle était américaine? Les Canadiens ont choisi la radiodiffusion publique et le gouvernement du Canada a créé CBC/Radio-Canada, pour assurer un espace canadien dans cette nouvelle ère de la radiodiffusion.

Aujourd'hui, les questions de culture et d'identité canadiennes sont tout aussi actuelles. Les Canadiens ont accès à des contenus provenant de tous les coins du monde, sur d'innombrables plateformes : un choix sans pareil s'offre maintenant à eux. Parallèlement, la population canadienne se caractérise de plus en plus par sa diversité, et par la variété de ses intérêts et de ses valeurs. Le Canada est manifestement confronté à un défi culturel de taille.

Si le Canada croit qu'il est important que ses citoyens jouissent d'un accès universel à des contenus distincts créés par et pour les Canadiens, et qui parlent d'eux, il lui faut alors revoir ses attentes à l'égard de la radiodiffusion publique. La question n'est pas tant de définir ce que le Parlement peut faire pour CBC/Radio-Canada, mais d'amener le radiodiffuseur public et le Parlement à unir leurs efforts pour définir comment la radiodiffusion publique peut servir le Canada et les Canadiens.

En effet, d'aucuns soutiennent que, dans ce nouvel univers numérique, la radiodiffusion publique ne correspond plus à un besoin aussi impératif. Néanmoins, des questions et des préoccupations déterminantes demeurent présentes :

- Comment favoriser le développement au Canada d'une identité culturelle solide vu l'omniprésence de contenu mondial?

- Comment faire en sorte que non seulement les Canadiens disposent d'une fenêtre sur le monde et sur la réalité de la mondialisation, mais qu'ils aient aussi accès à un point de vue canadien sur les événements internationaux?
- Comment s'assurer que les collectivités jouissent de la possibilité de s'exprimer à l'échelle nationale, régionale et locale?
- Comment valoriser la cohésion sociale et les valeurs communes dans une société toujours plus marquée au sceau de la diversité?
- Comment encourager les discussions animées et les débats qui font progresser les principes démocratiques?
- Étant donné que, dans le temple de la culture populaire, la dramatique est le catalyseur unique le plus pénétrant, comment créer une « masse critique » d'émissions dramatiques de qualité et incontestablement canadiennes?

Un nouveau contexte culturel et sectoriel

En Occident, la radiodiffusion publique a généralement pour mission de fournir un contenu qui est accessible à tous, diversifié, exempt de toute influence politique et commerciale, et qui se démarque par son caractère et sa qualité. Un radiodiffuseur public doit traiter les auditoires comme des citoyens auxquels il doit offrir des services, et non simplement comme des consommateurs.

Au Canada, le défi que constitue le service aux citoyens est exacerbé par le fait que la population canadienne est l'une des plus diversifiées du monde. Nous vivons au sein d'une société ouverte et tolérante qui préconise la libre circulation des idées politiques et culturelles. L'environnement canadien de la radiodiffusion est dans une situation de concurrence unique au monde, aux portes du pays devenu le plus grand exportateur de culture populaire de tous les temps. Toutes ces caractéristiques peuvent faire la force et la richesse du Canada, à condition que nous parvenions à préserver ce qui nous distingue des autres pays.

Aujourd'hui encore, plus qu'en 1932, quand le gouvernement de R. B. Bennett avait exprimé pour la première fois l'idée que la radiodiffusion publique était une nécessité au Canada, le radiodiffuseur public est étroitement lié aux besoins du Canada sur les plans démocratique, social et culturel. Il offre une proposition de valeur exceptionnelle en tant qu'instrument efficace de la politique publique du Canada dans un système de radiodiffusion où le public côtoie le privé.

Enrichir la vie démocratique et culturelle des citoyens

À l'ère du numérique, on a tendance à parler surtout de technologie et de choix des consommateurs, alors qu'il faudrait élargir la discussion pour englober, particulièrement, les questions sous-jacentes de démocratie et de culture.

La manière de vivre la démocratie et la culture a énormément changé depuis 10 ans. La radiodiffusion publique donne chair à des concepts qui demeureraient abstraits pour les gens, tels la formation de citoyens éclairés; l'identité nationale; et la représentation de la diversité, qu'il s'agisse de diversité géographique, ethnique, culturelle, ou encore des communautés d'intérêt.

Si la culture est importante, alors la radiodiffusion l'est aussi, puisque la télévision demeure l'instrument culturel le plus répandu et que la radio rejoint encore le public le plus large. De plus, avec la montée de la mondialisation et son lot de défis, les Canadiens doivent pouvoir compter sur une source de contenu fiable, crédible, digne de confiance, et imperméable aux visées commerciales et politiques.

En investissant un radiodiffuseur public du mandat de représenter le spectre complet d'opinions, on garantit du même coup que des points de vue différents seront entendus sur les ondes. Cette diversité des voix aide les gens à forger leur identité personnelle, sociale et politique.

Diversité, fragmentation et cohésion sociale

Les responsables des politiques partout dans le monde font face à un deuxième défi de taille : créer de la cohérence dans un monde fragmenté. Dans le milieu de la radiodiffusion, le mot « fragmentation » est habituellement associé aux auditoires, de même qu'à la baisse des revenus publicitaires et à ses effets négatifs sur les modèles économiques des médias. Cependant, la fragmentation a des répercussions sociales et culturelles beaucoup plus larges.

Une fragmentation sociale, politique et religieuse plus profonde et plus significative s'est manifestée un peu partout dans le monde. Elle est en partie la résultante des effets combinés de forces dynamiques comme la mondialisation, le déplacement des mouvements d'immigration et le climat général d'instabilité et d'insécurité. Ces changements entraînent une transformation profonde du tissu social – autant au Canada qu'ailleurs –, ce qui suscite des questions assez importantes sur le rôle des médias en général et des radiodiffuseurs

publics en particulier. En ce sens, le radiodiffuseur public peut être perçu comme un vecteur de l'identité culturelle et de la cohésion sociale.

Il n'est pas facile de faire obstacle à la fragmentation sociale tout en mettant en valeur la diversité. Cependant, un radiodiffuseur public y réussit, grâce à sa position unique sur l'échiquier des médias. Un radiodiffuseur public peut créer des espaces rassembleurs qui servent à atténuer les effets de la fragmentation, mais aussi à favoriser les interactions et le dialogue entre des collectivités distinctes à l'échelle locale, régionale, nationale et internationale.

La radiodiffusion publique offre également des lieux où les Canadiens peuvent se réunir en grand nombre pour partager des moments importants dans la vie du pays. Un radiodiffuseur public vigoureux et pertinent instille un sentiment général d'appartenance et de fierté nationale. Il est l'un des quelques instruments dont nous disposons pour tisser des liens entre les Canadiens, mais aussi entre les Canadiens et leur pays, et le monde.

Objectifs et priorités de la politique publique

La démocratie et la culture sont des enjeux importants, et le Canada doit veiller à disposer des moyens nécessaires pour atteindre ses objectifs de politique publique dans ces domaines. Lorsque le seul jeu des forces du marché ne permet pas d'atteindre ces objectifs, il faut se tourner vers d'autres avenues. Dans le secteur de la radiodiffusion, un système mixte, dont le succès s'appuie sur le juste équilibre entre diffuseurs privés et publics, ainsi que sur l'établissement de partenariats durables, est la seule garantie que la politique publique ne restera pas lettre morte.

Il est notoire que le secteur lui-même est en proie à des bouleversements. Conséquence des fusions et des acquisitions, il est aujourd'hui dominé par quelques entreprises privées prospères qui offrent un large éventail de services, mais un spectre de points de vue restreint. Pendant ce temps, les auditoires se désagrègent. Il en résulte une diminution de la visibilité et de l'utilisation des services, tant existants que nouveaux, ce qui dilue la valeur publicitaire du

temps d'antenne. Les revenus baissent proportionnellement au rétrécissement des auditoires, ce qui fait fondre le financement de la programmation. La menace qui pèse actuellement sur leurs sources de revenus est une dure réalité pour les radiodiffuseurs conventionnels. Le financement alloué à la production télévisuelle ne suffit plus à maintenir à flot ce médium si populaire.

Comme le contexte dans lequel nous exerçons nos activités se transforme et que les modèles économiques dont nous dépendons deviennent de moins en moins fiables, nous sommes confrontés à la nécessité croissante de trouver le meilleur moyen de rétablir l'équilibre du système. Le système canadien tire sa force d'un radiodiffuseur public solide, puisque certains créneaux délaissés par les radiodiffuseurs privés, par manque de volonté ou de moyens, sont pris en charge par le radiodiffuseur public.

Par exemple, CBC/Radio-Canada propose :

- un contenu principalement canadien et distinctif;
- une programmation qui établit et maintient des liens dans le Nord canadien et d'autres régions éloignées du pays;
- des émissions pour enfants sans pauses publicitaires, de qualité et divertissantes;
- des émissions d'actualités originales;
- un point de vue canadien étoffé sur les événements internationaux;
- une couverture exhaustive des élections fédérales et provinciales;
- des émissions sur le sport amateur;
- des émissions sur la culture savante;
- un contenu solide adapté particulièrement à la nouvelle immigration au Canada;
- des dramatiques et des documentaires rassembleurs;

- des services pancanadiens de communications en cas d'urgence;
- et enfin, un nombre important d'émissions de télévision canadiennes diffusées aux heures de grande écoute.

Quant aux attributs que le contenu proposé par un radiodiffuseur public devrait idéalement posséder, aucune émission individuelle, ou aucun contenu individuel, ne peut répondre à toutes les attentes de l'ensemble du public sur toutes les plateformes. Toutefois, une émission ou un contenu devraient détenir au moins un des huit attributs suivants, étant entendu que peu d'émissions ou de contenus pourraient les détenir tous. Voici ces attributs :

- canadien : contribuer à l'émergence d'une conscience et d'une identité nationales communes en répondant aux besoins culturels et sociaux, en s'adressant à un auditoire diversifié et en offrant des points de vue divers;
- distinctif : se démarquer de l'offre du secteur privé;
- intelligent et stimulant : susciter la réflexion et promouvoir un débat constructif;
- divertissant : aspirer à être engageant, fascinant et drôle;
- digne de confiance : constituer une source d'information fiable et intègre;
- rassembleur : offrir un carrefour où un grand nombre de Canadiens peuvent se retrouver pour partager des expériences communes;
- représentatif des collectivités : refléter le Canada et son caractère multiculturel et multiracial, et représenter les régions;
- innovateur : présenter de nouvelles idées et miser sur des stratégies passionnantes.

Valeur relative de la radiodiffusion publique

La définition de la raison d'être d'un radiodiffuseur public au Canada doit reposer sur une analyse comparative de la valeur relative du système de radiodiffusion publique au Canada et dans d'autres pays occidentaux. À la fin de 2005, Le Groupe Nordicité ltée a été chargé par CBC/Radio-Canada d'analyser le financement public reçu par les radiodiffuseurs publics

dans des pays occidentaux, dont le Canada, et de comparer la valeur relative du radiodiffuseur public canadien avec celle des pays occidentaux.

Nordicité a procédé à un vaste examen méthodique des milieux sociaux, politiques et culturels, ainsi que des structures du secteur des médias, dans chaque pays. Le Groupe a mis l'accent sur quatre critères : la promotion de la culture et des valeurs communes; la taille relative du marché national selon la langue; la proximité d'un pays plus grand dont la population parle la même langue (l'anglais, dans ce cas ci); et l'intérêt de l'auditoire à l'égard de la programmation nationale.

Parmi les 18 pays composant l'échantillon, le Canada est celui qui a le plus d'avantages à tirer de la radiodiffusion publique. C'est le Canada qui en a le plus besoin. Parallèlement, dans l'évaluation du financement public des radiodiffuseurs publics, la comparaison du coût par habitant révèle que le coût de la radiodiffusion publique au Canada, qui est légèrement supérieur à 30 dollars par habitant, était en 2004 le troisième plus faible coût sur l'ensemble des 18 pays occidentaux d'importance, et qu'il était en deçà de la moyenne de 80 dollars par habitant.

Optimisation des ressources pour la radiodiffusion publique

Enfin, l'optimisation des ressources dans le cas de la radiodiffusion publique est également un point important dans toute discussion sur la radiodiffusion publique. Aucun contribuable ne serait disposé, et avec raison, à investir dans des institutions incapables de gérer leurs budgets de manière éclairée, et ce, quelle que soit leur importance. Les radiodiffuseurs publics du monde entier ont admis cette réalité, particulièrement à une époque où ils doivent composer avec des contraintes financières, un modèle de gestion conventionnel exsangue et des tensions inflationnistes croissantes. Ils ont donc tous pris des mesures pour rationaliser leurs activités, et CBC/Radio-Canada en premier lieu.

Pour à peine plus de 30 dollars par personne par an, les Canadiens ont accès au bouquet unique, distinct et complet d'émissions et de services que leur propose leur radiodiffuseur public. Avec ses 28 services offerts à la radio, à la télévision, sur l'Internet, à la radio par

satellite, grâce à la radiodiffusion numérique sonore, de même que par l'entremise de son service d'enregistrement et de distribution de musique et de ses services sans fil (services de messagerie WAP et SMS), CBC/Radio-Canada est à la portée des Canadiens, comme ils le souhaitent, là où ils le souhaitent et quand ils le souhaitent.

En s'appuyant sur cette profusion de services, CBC/Radio-Canada est aujourd'hui présente dans la vie quotidienne des Canadiens en leur communiquant une palette de points de vue régionaux et culturels, en français, en anglais et dans huit langues autochtones, dans neuf langues sur RCI, son service de radio international, de même que dans huit langues sur RCI viva, son service de radio sur le Web destiné aux nouveaux et futurs immigrants au Canada.

Un nouveau contrat

Si les *raisons* pour lesquelles les Canadiens ont besoin d'un radiodiffuseur public sont évidentes, il faut maintenant s'assurer que le radiodiffuseur public offre les services dont les Canadiens ont besoin. Pendant plus de dix ans, c'est ce que CBC/Radio-Canada a tenté de faire, tout en ayant les mains liées par l'absence d'un consensus sur son rôle à une époque où les changements rapides sont la norme, par l'absence de stabilité dans les ressources nécessaires pour assumer ce rôle et par l'absence de tribunes où les Canadiens pouvaient affirmer clairement leurs attentes à l'endroit de leur radiodiffuseur public.

Un nouveau contexte, à la fois culturel et sectoriel, commande un nouveau contrat. Nous croyons qu'une nouvelle approche s'impose face aux défis de l'avenir, qui prendrait la forme d'un *contrat* entre le radiodiffuseur public et les citoyens qu'il sert. D'autres pays ont suivi la même voie. À la suite de l'examen de leur mandat – qui comprenait une vaste consultation publique –, les radiodiffuseurs publics de l'Irlande, de Hong Kong et de l'Afrique du Sud ont conclu des ententes semblables. En Grande-Bretagne, le gouvernement vient juste de signer une nouvelle charte royale, qui décrit les attentes à l'endroit de la BBC et les ressources que cette dernière recevra pendant les dix prochaines années.

Au Canada, un nouveau contrat permettrait d'énoncer clairement ce à quoi les Canadiens sont en droit de s'attendre de leur radiodiffuseur public national en contrepartie de l'argent qu'ils y investissent.

Le type de radiodiffuseur public dont les Canadiens auront besoin dans le futur suscite de nombreuses questions, et l'examen actuel du mandat de CBC/Radio-Canada auquel procède le Comité constitue une première étape importante dans la recherche de réponses. Nous suggérons toutefois que certains principes fondamentaux doivent être maintenus pour lui assurer un succès durable. La plupart de ces principes s'appliquent aux radiodiffuseurs du monde entier.

Principes

Système mixte public-privé

Depuis sa création, le système de radiodiffusion canadien reconnaît les vertus uniques d'un modèle qui intègre des composantes publiques et privées. Ensembles, ces composantes offrent aux Canadiens une gamme de services auxquels ils n'auraient pas accès autrement. Le secteur comprend des intervenants variés – radiodiffuseurs, producteurs indépendants, distributeurs, etc., – qui contribuent chacun d'une manière cruciale à la réussite et à la vitalité du système.

Indépendance de la programmation

L'indépendance est au cœur même de la définition de ce qu'est un radiodiffuseur public. L'histoire offre de nombreux exemples de radiodiffuseurs publics contrôlés par l'État, qui servent l'État et non les citoyens. La radiodiffusion publique est la pierre angulaire de la liberté d'expression – un espace propice à la libre expression des idées, et à la libre circulation de l'information et des opinions, sans ingérence. La relation d'autonomie entre l'État et le radiodiffuseur public est profondément ancrée et essentielle à la survie du radiodiffuseur et à sa capacité de servir les citoyens.

Caractère distinctif

Le contenu proposé par un radiodiffuseur public doit se démarquer, par sa qualité et sa nature, de celui des autres fournisseurs. Ce caractère distinctif ne doit pas se limiter aux types de services et au contenu, ou encore aux auditoires et aux sujets délaissés par les autres radiodiffuseurs; il doit aussi se refléter dans la manière de faire les choses. En adoptant une définition élargie de la notion de caractère distinctif, on s'assure que le système de radiodiffusion publique est ouvert à tout et à tous, qu'il est innovateur, et qu'il place la barre haute pour ce qui est de la qualité du contenu. La programmation de CBC/Radio-Canada devrait être résolument canadienne.

Accessibilité et faculté de servir tous les Canadiens

Si un radiodiffuseur public doit servir ses citoyens, il doit pouvoir joindre son auditoire, où, quand et de la manière dont il le veut. Aujourd'hui, il ne suffit plus d'offrir des services de

radio et de télévision. Les Canadiens choisiront leur programmation à la télévision, à la radio, sur Internet, à la radio par satellite, sur les appareils mobiles, ou au moyen de toute autre nouvelle technologie qui viendra d'être développée. La radiodiffusion publique, c'est le contenu; la plateforme, c'est seulement le moyen de s'assurer que les Canadiens ont accès au contenu. Ces plateformes permettent non seulement que le contenu soit accessible à de nouvelles générations de Canadiens, mais aussi que les diverses perspectives et voix issues des régions et des collectivités du pays disposent d'un espace où elles peuvent s'exprimer.

Adéquation entre les ressources et les besoins

Tout contrat doit reposer sur un principe fondamental : décrire les obligations explicites de chaque partie liée par le contrat. Dans ce cas-ci, CBC/Radio-Canada se verrait octroyer des ressources et, en retour, se chargerait de fournir des services précis. Les objectifs les plus nobles de la radiodiffusion publique ne signifient rien si l'on n'obtient pas les ressources nécessaires pour les atteindre. Un radiodiffuseur qui n'a pas de marge de manœuvre suffisante ne peut pas offrir des services adéquats. Nous sommes convaincus qu'un nouveau contrat permettra d'en arriver à un consensus avec les Canadiens : non seulement sur les attentes à l'égard du radiodiffuseur public, mais aussi sur les ressources adéquates pour répondre à ces attentes. Autrement dit, il s'agit d'établir un contrat.

Autres questions méritant un examen attentif

Avant de définir le rôle du radiodiffuseur public, le Canada doit, en tant que pays, répondre à deux questions fondamentales.

Le Canada veut-il avoir accès à une programmation canadienne de qualité aux heures de grande écoute – une programmation qui ne vise pas simplement à divertir mais aussi à être le miroir de la réalité canadienne – et en a-t-il besoin?

Le Canada veut-il avoir accès à des émissions de nouvelles, d'information et d'actualités canadiennes de qualité aux heures de grande écoute – une programmation qui enrichit la société civile et renforce la fibre démocratique du pays – et en a-t-il besoin?

Si le Canada répond par l'affirmative à l'une de ces questions, nous devons nous demander qui offrira une telle programmation aux Canadiens, et de quelle façon. Compte tenu des impératifs économiques des radiodiffuseurs privés, nous sommes inévitablement amenés à discuter du rôle du radiodiffuseur public.

Au-delà des questions et des enjeux généraux qu'il faut analyser pour cerner la raison d'être d'un radiodiffuseur public au Canada, de nombreux autres sujets connexes sont dignes d'attention et doivent faire l'objet de discussions.

CBC/Radio-Canada devrait-elle contribuer à promouvoir ou à communiquer les valeurs canadiennes à l'étranger, puis à présenter une image canadienne du monde aux Canadiens?

Que représentent, pour CBC/Radio-Canada, un reflet régional et des services aux collectivités locales ou minoritaires souhaitables et convenables?

Est-il acceptable que huit millions de Canadiens soient aujourd'hui privés de services de radio locaux pertinents?

La télévision privée a fait part de son intention de cesser progressivement la diffusion de nouvelles locales. Qui devrait s'assurer que les citoyens peuvent s'informer sur la vie de leur collectivité?

CBC Television doit-elle prendre la tête des efforts visant à dénouer la crise de la télévision de langue anglaise au Canada? Que doit faire Radio-Canada pour s'assurer que les séries lourdes, cet important vecteur culturel, demeurent un élément viable du paysage télévisuel?

CBC/Radio-Canada devrait-elle supprimer les pauses publicitaires de ses émissions de télévision, comme elle l'a fait pour ses émissions de radio?

À quelle enseigne loge le « divertissement » dans la radiodiffusion publique?

Est-il indiqué de remplacer l'infrastructure de distribution canadienne quasi désuète dans le cas de la télévision? de la radio? Dans l'échelle des priorités, où devrait se situer la mise à niveau dans l'environnement HD?

Est-il réaliste de penser qu'un pays comme le Canada peut se passer d'une infrastructure de communications d'urgence solide, et quel rôle CBC/Radio-Canada peut-elle jouer à cet égard?

D'autres questions et enjeux seront soulevés au cours de l'examen mené par le Comité, et des points de vue distincts seront sans doute exposés. CBC/Radio-Canada espère avoir l'occasion de se présenter de nouveau devant le Comité pour s'exprimer sur ces points de vue et lui faire part de ses dernières réflexions avant que l'exercice ne soit complété.