



INSTITUT CANADIEN
D'EDUCATION
DES ADULTES

506 est, Ste-Catherine
suite 800, Montréal
Québec. 842-2766
H2L 2C7

LA RADIO DE RADIO-CANADA

UN ROLE UNIQUE

Mémoire de l'Institut canadien d'éducation des adultes
au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes sur le renouvellement de permis de la radio
de la Société Radio-Canada.

Montréal, 24 septembre 1986.

TABLE DES MATIERES

1 ^o - LA PROBLEMATIQUE	1
2 ^o - COMMENTAIRES SUR LA PROGRAMMATION	6
L'information	6
Les émissions musicales et culturelles.....	12
3 ^o - LES RECOMMANDATIONS	15

1⁰ - LA PROBLEMATIQUE

Une radio différente et de qualité

La place prédominante que la télévision occupe en radiodiffusion nous amène souvent à minimiser le rôle et l'importance de la radio. La radio demeure pourtant passablement populaire auprès du public canadien, puisqu'elle est écoutée en moyenne 19 heures par semaine; chez les adolescents, ce pourcentage baisse à 13.6%.

Les habitudes d'écoute de la radio se sont toutefois beaucoup transformées. L'écoute de la radio ne constitue pas en soi une activité comme c'est le cas pour la télévision. Elle accompagne des activités où précisément le public est particulièrement disposé à écouter. Quelle satisfaction de pouvoir, en effet, écouter une bonne émission culturelle, musicale et d'information lorsque l'on est en voiture, ou que l'on fait de la cuisine ou du ménage. L'animateur Pierre Bourgault a traduit cette réalité avec humour en disant de son émission qu'elle ne ménage personne mais qu'elle n'empêche personne de faire du ménage.

La programmation de la radio s'est aussi beaucoup transformée avec l'arrivée de la télévision. En général dans le secteur privé on produit peu d'émissions, on se contente de diffuser des disques. Ce phénomène explique, en partie, la popularité croissante de la radio FM: on préfère, en effet, écouter la musique sur la fréquence où la qualité sonore est la meilleure.

¹ Ces chiffres sont tirés du Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, page 137.

La programmation de la radio d'Etat se démarque cependant très nettement de celle de la radio privée ce qui, soit dit en passant, est de moins en moins évident dans le cas de la télévision. La qualité et la diversité des émissions présentées à la Société Radio-Canada est nettement supérieure à celle du secteur privé. La radio de Radio-Canada jouit d'ailleurs, d'une très bonne réputation au Canada comme à l'étranger.

Le facteur déterminant qui explique le contraste de la programmation entre les deux systèmes est sans conteste, l'absence de publicité. La radio d'Etat parce qu'elle est libérée des contraintes commerciales n'est pas obligée de toujours chercher à rejoindre le maximum d'auditeurs-trices et à concurrencer pour ce faire les autres radios sur le même terrain.

De plus, comme les coûts d'exploitation en radio sont minimes à comparer à la télévision, la radio de Radio-Canada peut se permettre de rejoindre des publics spécialisés, de répondre à des besoins et d'offrir des services que le secteur privé et la télévision délaissent.

Comme par exemple:

- . la programmation locale et régionale;
- . la réponse à des besoins éducatifs et culturels de publics-cibles;
- . la couverture d'événements spéciaux;
- . les services offerts à la minorité francophone à travers le Canada.

La radio de Radio-Canada est en effet la seule radio

- . à offrir quotidiennement un éventail d'émissions nationales, régionales et locales;
- . à produire des séries documentaires sur des sujets d'intérêt général, comme la fameuse série sur le Bonheur;
- . à accorder une place importante à l'information et surtout à analyser plus en profondeur l'information;

- . à produire des dramatiques;
- . à lancer et à promouvoir des talents canadiens en musique et dans le domaine des arts en général;
- . à diffuser certains genres musicaux (l'opéra, la musique actuelle).

Tout n'est pas parfait

Lorsque l'on compare la radio de Radio-Canada aux stations privées et même à la télévision d'Etat on est porté à faire ressortir surtout les aspects positifs de la programmation. Si, par ailleurs, on analyse la programmation de la radio d'Etat par rapport à son mandat, à ses moyens, et à l'absence de contraintes commerciales, on est peut-être en droit d'exiger encore plus et surtout de réclamer que Radio-Canada porte une plus grande attention au public moins instruit et aux jeunes.

Si on reconnaît les mérites de la radio publique, on lui adresse aussi un certain nombre de critiques. Celles qui, nous semble-t-il, reviennent le plus souvent se rapportent aux aspects suivants:

- o une approche trop élitiste que l'on retrouve surtout au FM mais que l'on constate aussi au AM.

Cette critique se rapporte davantage au style d'animation des émissions qu'aux thèmes abordés. Souvent on a l'impression qu'à la radio de Radio-Canada on se parle entre gens initiés, nous y reviendrons plus loin.

- o un manque de renouvellement et de dynamisme.

Il s'agit là, d'une lacune sérieuse qui se reflète dans plusieurs aspects de la programmation. On retrouve, par exemple, un nombre trop considérables d'émissions qui reviennent d'années en années, sans qu'il y ait de renouvellement significatif apporté à la formule. Nous pensons notamment au Carroussel du Samedi Matin et à l'émission Par Quatre Chemins.

Initier le public ou s'adresser à un public d'initiés

Le problème de fond de la Société Radio-Canada, c'est peut-être d'avoir un peu perdu le contact avec le public. On ne sait plus trop quels publics la radio de Radio-Canada cherche à atteindre. Radio-Canada ne peut pas se contenter de rejoindre un certain public, dit plus exigeant, qui lui serait fidèle. Lorsque l'on ne progresse pas en général on régresse et c'est ce qui risque d'arriver à la radio d'Etat, d'autant plus qu'elle semble avoir abandonné les jeunes à la télévision. Cette stratégie nous apparaît inquiétante pour l'avenir. Il n'est pas évident, en effet, que les jeunes qui n'auront pas pris l'habitude d'écouter le réseau d'Etat, y prennent goût automatiquement une fois adulte. De même, s'ils ont écouté pendant 18 ans la musique populaire américaine, il n'est pas du tout certain qu'ils se mettront à aimer la chanson française ou la musique classique après 20 ans.

Si la mission première du réseau d'Etat est de favoriser un accès plus large au savoir et à la culture, de développer les goûts et élargir les champs d'intérêts du public, il nous semble qu'il devrait consentir plus d'efforts pour rejoindre le public qui n'est pas déjà initié ou acquis à certaines formes d'expression culturelle et artistique.

Nous avons l'impression que le service de radio de la Société Radio-Canada a un peu oublié son rôle d'éducateur populaire. S'il est relativement facile pour le FM de rejoindre les amateurs de musique classique, par exemple, il est cependant beaucoup plus difficile de concevoir des émissions d'initiation à cette musique ou tout simplement d'orienter celles-ci pour intéresser un public plus large.

Il faut bien ici nous comprendre: nous ne réclamons pas que Radio-Canada adopte une stratégie de diffusion de masse semblable à tous les autres médias électroniques. Nous pensons au contraire que la radio d'Etat doit continuer d'offrir des émissions qui s'adressent

à des publics-cibles et qui répondent à des goûts plus minoritaires. Cependant, nous ne pensons pas que la culture soit réservée à une minorité et nous croyons qu'avec un peu plus d'efforts et d'imagination, on pourrait rendre accessible à un plus large public la richesse de notre culture de même que celle des autres pays.

La part d'auditoire de la radio d'Etat pourrait, en effet, être beaucoup plus importante si la Société se rapprochait du public et cherchait à l'intéresser davantage à sa programmation. Cela implique de repenser l'approche de plusieurs émissions et d'avoir aussi une stratégie de publicité beaucoup plus dynamique.

Nous insistons beaucoup sur ce rôle culturel de la radio de Radio-Canada, car nous avons l'impression qu'elle constitue le seul espace en radiotélévision où il est encore possible de poursuivre des objectifs collectifs de promotion culturelle. La nouvelle programmation d'automne à la télévision confirme plus que jamais que la télévision a définitivement opté pour une stratégie de "nivellement par le bas". Tous les réseaux, y compris Radio-Canada et on peut même inclure Radio-Québec, sous plusieurs aspects, se livrent une concurrence acharnée sur le même terrain.

L'éventail de choix que l'on nous offre est donc de plus en plus limité. Les quizz, les téléromans et le sport constituent maintenant le menu principal de la programmation. On veut tellement nous divertir, que l'on en arrive même à transformer l'information en divertissement et en spectacle. Comme le dit Neil Postman dans son livre Se distraire à en mourir "Le problème n'est pas que la télévision nous offre des divertissements, mais que tous les sujets soient traités sous forme de divertissement, ce qui est une autre affaire".

Cette régression de la programmation télévisuelle laisse certainement de plus en plus de monde insatisfait et nous croyons que la radio de Radio-Canada peut, en partie, combler ce vide.

2^o - COMMENTAIRES SUR LA PROGRAMMATION

2.1 - L'information

La radio de Radio-Canada constitue, pour une partie importante du public québécois, une des principales sources d'information. Dans ce domaine en particulier, le service d'Etat en donne beaucoup plus que les autres médias électroniques et le public en général semble l'apprécier.

Il faut avoir l'occasion de vivre un certain temps privé de la télévision, pour se rendre compte à quel point la radio d'Etat nous informe mieux que la radio privée et la télévision, y compris la télévision de Radio-Canada.

Les affaires publiques font la différence

Les émissions d'affaires publiques à la radio d'Etat constituent les seules émissions radiophoniques où l'information est analysée plus en profondeur et mise en perspective. Ces émissions couvrent un éventail plus large de sujets et accordent aussi une place plus importante, bien qu'encore trop minime, à l'information provenant des régions du Québec et des communautés francophones à l'extérieur du Québec.

Le jugement assez favorable que l'on peut porter, en général, sur les émissions d'information de la radio de Radio-Canada, n'implique pas cependant que tout est parfait, loin de là! Une écoute plus attentive et suivie, et une analyse plus fouillée des émissions, nous amènent à constater, en effet, un certain nombre de lacunes qu'il importe de souligner.

Une information institutionnelle

La radio de Radio-Canada est beaucoup trop branchée sur l'information officielle. Elle relate des faits et des gestes des décideurs, mais elle ne met pas assez en évidence les implications de ces choix pour l'ensemble de la population. On a tendance de plus en plus à faire commenter les événements, les décisions politiques et économiques par les critiques officiels des partis politiques ou par des spécialistes qui proviennent de la même "classe politique" ou qui partagent les mêmes opinions. On fait aussi beaucoup trop appel aux mêmes personnes pour commenter des domaines particuliers. Par ailleurs, les porte-parole des divers groupes de pression et organismes sociaux, de même que les femmes, sont en général peu interviewés en tant que spécialistes. Ces personnes apparemment sont les seules à ne pas être considérées comme étant suffisamment neutres et objectives.

La radio d'Etat est aussi beaucoup trop dépendante de la nouvelle du jour. On peut comprendre que les stations privées s'en tiennent uniquement à parler des événements des dernières 24 heures, étant donné que leurs émissions d'information se limitent aux bulletins de nouvelles. Ce choix de sujets ne peut cependant pas être le principal et pratiquement le seul critère des émissions quotidiennes d'affaires publiques de la Société Radio-Canada. La nouvelle du jour est une invention médiatique qui amène tous les médias à aborder les mêmes sujets, et qui ne permet pas le recul nécessaire pour analyser et aller chercher divers points de vue sur les grands sujets d'intérêt public. Il est difficile pour un groupe de pression, par exemple, de commenter le jour même un rapport ou un projet de loi gouvernemental. Il leur faut prendre le temps de l'analyser. Lorsqu'il sera en mesure de réagir les médias n'accepteront plus d'en parler, car il s'agira d'une vieille nouvelle. Les émissions hebdomadaires comme Présent Dimanche devraient permettre ce recul critique. Malheureusement cette émission, qui est par ailleurs très intéressante et bien faite, s'en tient encore trop aux grands événements et porte-parole officiels qui ont fait les manchettes pendant la semaine.

Les bulletins de nouvelles: des insatisfactions

Une des critiques qui revient le plus souvent concernant les bulletins d'information, c'est leur caractère très répétitif. Il nous semble qu'avec les effectifs et les moyens dont dispose la Société Radio-Canada, il serait possible d'introduire plus de variétés dans les bulletins de nouvelles. Pour ce faire, la Société pourrait, par exemple, consacrer des bulletins à l'information régionale, d'autres à l'information québécoise et présenter des bulletins plus complets deux fois par jour.

La couverture régionale et nationale

Le réseau français de Radio-Canada a un mandat très lourd en information. Les émissions d'information et d'affaires publiques pour l'ensemble du réseau doivent refléter, non seulement la réalité québécoise, mais aussi celle des francophones hors Québec, de même que celle des différentes régions du Québec. Il est certes difficile de bien servir tous ces publics en même temps. Les Francophones hors Québec considèrent que les émissions d'information s'adressent presque exclusivement au public québécois. De même, les Québécois-e-s qui vivent à l'extérieur de Montréal se plaignent du fait qu'on ne parle que de la réalité montréalaise. Pour compliquer les choses davantage, il faut aussi signaler qu'au Québec on reproche souvent à Radio-Canada d'être beaucoup mieux organisée pour couvrir la réalité canadienne que celle du Québec.

Il n'est certainement pas facile de solutionner ce problème, cependant il nous semble que Radio-Canada pourrait trouver le moyen de satisfaire plus adéquatement ses différents publics. Radio-Canada devrait selon nous préciser et spécifier davantage le mandat des émissions relatives à chaque niveau: national, québécois et régional. Pour améliorer la couverture de ces trois niveaux, il faudrait, en effet, que leur mandat soit davantage précisé.

Si les émissions de type réseau s'adressent à l'ensemble des Franco-phones du Québec et hors Québec, il faudrait que ces émissions soient conçues de manière à rejoindre ces divers publics et à couvrir l'ensemble de cette réalité. Il ne faut pas oublier, par ailleurs, que le public du réseau français est à 90% d'origine québécoise. Il serait donc normal que le réseau français accorde une plus grande importance aux événements qui se passent dans l'ensemble du Québec. Cependant, le réseau français ne semble pas organisé en conséquence.

Les régions alimentent peu le national et il n'y a pas, semble-t-il, de personnel chargé d'établir ces échanges et cette communication.

Radio-Canada devrait aussi renforcer ses structures régionales, de manière à mieux servir ces communautés. Malheureusement, il semble que ce soit le processus contraire qui est en train de s'opérer. Les compressions budgétaires ont, en effet, affectées tout particulièrement les régions.

La place des femmes

On a beaucoup parlé ces dernières années de la nécessité d'améliorer l'image des femmes dans les médias (en combattant notamment les stéréotypes sexistes) et d'augmenter leur place dans les émissions. Les résultats, cependant, tardent à venir. Voici quelques chiffres qui en disent long:

Au service d'information à la radio, il n'y a aucune femme parmi les cadres.

Les émissions d'information et d'affaires publiques sont toutes animées par des hommes.

Une femme seulement annonce les nouvelles sur sept hommes.

L'émission Il fait toujours beau quelque part qui s'adresse particulièrement aux femmes, sans être par ailleurs une émission féminine, est animée par un homme. Les sujets traités dans cette émission se rapportent en général aux rôles traditionnels des femmes et dans l'ensemble cette émission est loin de constituer un progrès par rapport à celles qu'elle a remplacées comme Place aux femmes et La vie quotidienne.

Le contenu des émissions d'information ne nous semble pas, non plus, faire une place beaucoup plus grande aux points de vue et préoccupations des femmes. Il n'y a plus de journalistes pour couvrir les activités et événements qui se rapportent spécifiquement à cette réalité.

L'information internationale

Une société ne peut pas vraiment développer sa propre identité culturelle, si elle ne se donne pas les moyens d'analyser et de regarder ce qui se passe à l'étranger. Notre autonomie et notre souveraineté culturelles passent nécessairement par le traitement autonome de l'information internationale. Le Canada sur ce plan fait figure de pays sous-développé.

Le rôle de Radio-Canada en matière d'information internationale ne consiste pas à nous livrer le contenu des principales nouvelles provenant des grandes agences de presse internationale, mais à informer le public de ce qui se passe dans le monde, et ce, à partir du point de vue et de la réalité canadienne et québécoise. Il est donc essentiel d'avoir des journalistes dans les principaux coins du globe, pour analyser et suivre ce qui s'y passe. Depuis une dizaine d'années le nombre de correspondants à l'étranger n'a pas cessé de diminuer à la Société Radio-Canada et les dernières compressions budgétaires ont à

toute fin pratique supprimé ce service à la radio. Il est évident que la Société Radio-Canada ne peut se permettre d'expédier des journalistes dans tous les pays. Cependant, il serait préférable d'en affecter aux endroits stratégiques plutôt que de ne pas en avoir du tout.

Dans le domaine de l'information internationale, Radio-Canada n'est plus à la hauteur de la situation et nous croyons qu'il faudra consentir davantage de ressources et d'efforts pour améliorer ce service.

La spécialisation du réseau AM

Le réseau AM de Radio-Canada s'oriente graduellement vers une spécialisation en information et ce, dans tous les domaines; politique, social, économique, vie quotidienne et culturel. Ce projet, par ailleurs, ne semble pas très bien défini: on ne sait pas s'il s'agit uniquement d'une tentative ou s'il y a une stratégie bien arrêtée pour y parvenir. Il nous est donc difficile à ce moment-ci de prendre position sur cette question.

Cette orientation soulève par ailleurs un certain nombre de problèmes. Ce projet suppose une réorientation en profondeur du service d'information et un accroissement des effectifs pour combler notamment les principales lacunes actuelles. Il ne nous a pas semblé que la Société avait entrepris une telle démarche. Ce projet implique aussi des réajustements importants au niveau de la programmation du réseau FM: si la musique populaire francophone, par exemple, est supprimée au réseau AM, il va falloir que le FM prenne le relais.

Ce sont là, à notre avis, des questions importantes auxquelles la Société va devoir apporter des réponses (Voir page 15. Nos recommandations sur l'information).

2.2 - Les émissions musicales et culturelles

Dans le domaine des émissions culturelles, Radio-Canada ne se limite pas à son rôle de diffuseurs, il assume un véritable leadership culturel:

- . la Société Radio-Canada tente de développer les goûts du public pour des formes d'expression artistique et musicale moins connues et moins populaires;
- . elle favorise l'émergence de talents canadiens et fait connaître leurs oeuvres en organisant notamment des concours et en commandant des oeuvres;
- . elle organise des concerts ouverts au public.

Ce leadership, nous pensons que Radio-Canada doit non seulement continuer de l'assumer, mais doit lui donner une impulsion nouvelle et plus dynamique.

La musique classique, une place de choix

Les personnes qui aiment la musique classique sont particulièrement choyées par le FM de Radio-Canada. La programmation musicale du FM est presque entièrement consacrée à ce genre musical. Nous croyons que le service FM doit continuer de privilégier la musique classique ancienne et contemporaine, mais nous pensons cependant que la formule de plusieurs émissions aurait besoin d'être renouvelée. C'est probablement au niveau de l'animation des émissions qu'il faudrait opérer les principaux réajustements.

Lorsque l'on écoute certaines émissions du FM on se demande à qui ces émissions s'adressent. On a souvent l'impression que l'on se parle entre personnes initiées ou de même milieu. C'est d'autant plus agaçant que le "parlottage" occupe souvent beaucoup trop de place à l'intérieur des émissions musicales.

Certaines émissions musicales peuvent s'adresser à un public de "connaisseurs", mais il devrait aussi exister des émissions qui visent tout particulièrement à intéresser et à initier un plus large public. L'animation de l'émission Musique en fête cet été nous a semblé intéressante à cet égard. On choisissait un écrivain ou une personne qui a marquée son époque et on nous présentait simplement ce personnage, son époque et la musique qu'elle a dû aimer et qui était aussi en vogue à cette époque. Ce genre d'émissions suscite un plus grand intérêt pour la musique et laisse l'auditeur-trice plus satisfait parce qu'il a appris des choses intéressantes qui donne le goût d'en savoir davantage.

La promotion de la chanson et de la musique francophone

Nous avons constaté à notre grand étonnement que la chanson et le rock francophones avaient été pratiquement évacués cette année de la grille de programmation du réseau AM. L'émission du matin L'oreille musclée a disparue, de même que celle du soir consacrée au rock francophone. Il ne reste finalement à la radio de Radio-Canada qu'une seule émission consacrée à la musique francophone: Café Rimbaud, présentée une fois la semaine, le dimanche de 19 heures à 22 heures.

La disparition de ces émissions risque de porter un très grand préjudice aux artistes et à notre industrie culturelle. Le rock anglo-américain déjà très prédominant va donc nous envahir davantage. De plus ce n'est certainement pas de cette façon que l'on peut espérer intéresser les jeunes à la culture francophone.

Pour sa part, le FM de Radio-Canada semble considérer que ce genre musical n'est pas digne de ce réseau "sélect". Ce réseau diffuse aucune émission de musique populaire. Radio-Canada se doit de promouvoir la chanson et la musique francophones d'ici et d'ailleurs et de redonner à

cette musique la place qui lui revient tant au réseau AM qu'au réseau FM. Il est bizarre qu'au moment où on parle de la promotion de la francophonie et que l'on développe des "méga projets" comme celui de TV5, on abandonne en même temps les réalisations plus concrètes et durables.

Les séries thématiques et documentaires

C'est probablement dans le domaine de la réalisation de séries dramatiques et documentaires que la radio de Radio-Canada met le plus à profit l'ensemble de ces acquis. Certaines de ces émissions constituent de "véritables joyaux" qui apportent une bouffée d'air frais dans l'univers de la programmation actuelle des réseaux de télévision et des stations privées. Radio-Canada devrait donc continuer à produire ce genre d'émissions. De plus, nous trouvons tout à fait pertinent la diffusion de dramatiques de qualité à la radio: le théâtre ne semble plus avoir sa place à la télévision de Radio-Canada, il faut donc que la radio prenne la relève.

Pour terminer, nous voulons insister sur l'importance pour la Société Radio-Canada de faire davantage de publicité afin de favoriser une écoute plus large de ses émissions éducatives et culturelles. Les émissions comme les dramatiques et séries thématiques dont nous venons de parler pourraient intéresser beaucoup de gens si ceux-ci étaient davantage informés de leur existence.

La stratégie horaire du réseau FM devrait aussi être améliorée de façon à mieux s'adapter aux besoins du public qui varient beaucoup selon les moments de la journée, le type d'activités et le moment de la semaine. Par exemple, au moment des repas, on préfère en général la musique aux émissions parlées. Par ailleurs, le dimanche, une des journées où le monde est plus susceptible d'écouter la radio, le réseau FM de Radio-Canada choisit de diffuser des émissions qui s'adressent à des publics très avertis et très spécialisés, comme par exemple la Tribune de l'orgue, Musique actuelle, Les grandes cathédrales gothiques en France.

3^o - LES RECOMMANDATIONS

3.1 - Sur l'information

- (1) Le réseau AM doit continuer d'accorder une place prioritaire à l'information. Nous ne sommes pas d'accord cependant avec l'orientation actuelle de Radio-Canada qui semble vouloir limiter la programmation du réseau AM à l'information et aux émissions "parlées".
- (2) Le service d'information devrait être réajusté et la politique de programmation des émissions d'information révisée de façon à mieux correspondre à la place que ces émissions occupent dans la grille de programmation.

A cet égard, nous proposons à Radio-Canada:

- o De mieux définir le mandat des émissions de niveau régional, québécois et canadien afin que le contenu de ces émissions reflète chacune de ces réalités.
- o De renforcer les structures régionales et d'établir des mécanismes d'échange et de collaboration entre le national et les régions pour accroître la participation des régions.
- o De revenir à la politique d'affectation de journalistes à des dossiers et particulièrement aux secteurs les plus négligés:
 - . l'éducation
 - . les communications
 - . la santé
 - . les milieux populaires et les groupes sociaux et communautaires
 - . les activités des groupes de femmes.

- o De consentir des efforts supplémentaires pour améliorer le service d'information internationale et ce, en augmentant notamment le nombre de correspondants.
 - o Inscrire à l'horaire de la radio AM des émissions de types documentaires et d'affaires publiques, sur les grands débats et enjeux sociaux comme par exemple:
 - . le désengagement de l'Etat;
 - . les mutations importantes de nos sociétés:
 - la place des communautés culturelles
 - l'impact culturel de la télévision.
- (3) Radio-Canada devrait prendre des moyens plus adéquats pour faire respecter sa politique sur l'équilibre et le pluralisme des points de vue. Pour ce faire, nous suggérons à la Société de former un groupes de travail qui serait chargé d'analyser la situation et de proposer des solutions. L'émission Tout compte fait représente à nos yeux un exemple d'émission où l'équilibre et le pluralisme des points de vue est particulièrement respecté. Le succès de cette émission démontre très bien qu'il s'agit d'une formule qui plaît au public. Cette façon de faire aurait certainement intérêt à être plus répandue.
- (4) La Société devrait mettre en application de façon plus rigoureuse et efficace sa politique d'accès à l'égalité et de promotion des femmes.
- 3.2 - Pour les émissions culturelles et musicales, nous proposons à Radio-Canada:
- (5) D'accorder une place plus importante à la chanson et à la musique rock québécoises et francophones et ce notamment au réseau FM.

- (6) D'inscrire à l'horaire des réseaux AM et FM des émissions adaptées aux besoins et aux goûts des jeunes.

Nous suggérons à titre d'exemple un magazine hebdomadaire pour et fait par les jeunes qui aborderait des sujets variés et qui inclurait des blocs d'information préparés spécialement pour les jeunes.

- (7) De repenser la formule et l'animation des émissions musicales et culturelles du FM de façon à rejoindre le public qui n'est pas déjà initié.

- (8) De concevoir une émission d'initiation à la musique classique qui s'adresserait spécialement aux jeunes et qui pourrait intéresser aussi la famille.