

The background of the cover features a photograph of a television set in a room, with a pattern of hands in the foreground. The hands are drawn in a simple, sketchy style, with some appearing to be reaching towards the television. The overall color scheme is a mix of dark and light brown tones.

À l'image des Canadiens

**Pratiques exemplaires
pour la diversité culturelle à la télévision privée
Juillet 2004**

Rapport du groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision

En août 2001, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a publié l'avis public 2001-88, faisant appel à l'Association canadienne des radiodiffuseurs pour créer et financer un groupe de travail communautaire et sectoriel afin de se pencher sur la question de la représentation de la diversité culturelle à la télévision canadienne. Le Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision, composé de cinq représentants de l'industrie et de quatre représentants de secteurs à l'extérieur de l'industrie, a été mis sur pied en juillet 2002.

Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision

Représentants de l'industrie

Madeline Ziniak, coprésidente
vice-présidente et directrice de station
OMNI Television

Elaine Ali
vice-présidente principale
Groupe de stations CTV

Sarah Crawford
vice-présidente, Affaires publiques
CHUM

Rita Cugini
vice-présidente, Affaires réglementaires et
développement de l'entreprise
Alliance Atlantis Communications

Pierre Lampron
vice-président, Relations institutionnelles
Quebecor Média et président de TVA films

Représentants de secteurs à l'extérieur de l'industrie

Beverley J. Oda, coprésidente

Chief Stefany Mathias
Nation Squamish/Next Exit Pictures Ltd.

Marie-Anna Murat
Journaliste

Raj Rasalingam
Président
Pearson~Shoyama Institute

Observateurs du CRTC :

Martine Vallée, directrice, Services discrétionnaires et politique sociale
Jane Britten, analyste principale de la politique, questions sociales

Secrétariat de l'ACR :

Susan Wheeler, directrice, Politiques et réglementation

Conseillers de recherche :

Solutions Research Group

Kaan Yigit
Grace Tse Tong
Stacey Atkin
Jeff Vidler
Justyna Waclawek
Michele Erskine
Serra Shular

Marcel Proulx
Donna Hall
Leslie Nelson

Johnston & Buchan LLP

J. Aidan O'Neill
Robert J. Buchan

À propos de l'auteur

Le rapport du Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision a été rédigé par Richard Cavanagh de CONNECTUS Consulting Inc., cabinet se spécialisant dans la recherche, l'analyse et la gestion stratégique des questions se rapportant à la politique publique. Il détient un doctorat en sociologie de l'Université Carleton. Plusieurs de ses recherches et de ses écrits portent sur les communications et la politique sociale.

Remerciements

Le Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision tient à remercier les organisations et les personnes suivantes de leur apport dans le cadre de l'élaboration du présent rapport :

Participants à la recherche

Associations ou organismes ethnoculturels :

Zanana Akande
Urban Alliance on Race Relations

Anna Chiappa
Conseil ethnoculturel du Canada

Kalpana Das
Institut Interculturel de Montréal

Debbie Douglas
Conseil ontarien des organismes de service aux immigrants

Peter Flegel
Jeunesse noire en action

Hanny Hassan
Conseil des communautés musulmanes du Canada

Audrey Jamal
Fédération canado-arabe

Don Kelly
Assemblée des Premières nations

Raja Khouri
Fédération canado-arabe

Alix Laurent
Image InterCulturelles-Inforacisme

Keiko Miki
Association nationale des canadiens japonais

Karen R. Mock
Fondation canadienne des relations raciales

Miles Morrisseau
Ralliement national des Métis

Cynthia Pay
Conseil national des canadiens chinois

Len Rudner
Congrès juif canadien

Uzma Shakir
Council of Agencies Serving South Asians

Industrie de la radiodiffusion et industries connexes :

Shirley Adamson
Northern Native Broadcasting

John Barrack
Association canadienne de production de film et télévision

Norm Bolen
Alliance Atlantis Communications

René Bourdages
anciennement de TVA

Pamela Brand
La Guilde canadienne des réalisateurs

Louis Cheng
Fairchild Television

Béatrice Couillard
Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)

Tecca Crosby
CTV Network

Pierre Curzi
Union des Artistes

Paul De Silva
International Council for Diversity in Film and Television

Aldo di Felice
Telelatino

Sophie Émond
Astral Media

Prem Gill
CHUM

Hamlin Grange
Association canadienne des journalistes noirs

Maureen Hill
Filmmakers Association of Visible and Ethnic
Minorities

Deanie Kolybabi
Anciennement affectée au Aboriginal Peoples
Television Network

Lise Lachapelle
L'Association des réalisateurs et réalisatrices du
Québec

Marcia Martin
CHUM

Loren Mawhinney
Canwest Global

Elizabeth McDonald
anciennement de l'Association canadienne de
production de film et télévision

Peter Moss
Corus Entertainment

Mike Omelus
Association canadienne des directeurs de
l'information en radio-télévision

ABC (É.-U.)
BBC (RU)
Carlton Television (RU)
Channel 4 (RU)

Paul Quassa
Inuit Broadcasting Corporation

Cynthia Reyes
Promedia International Inc.

Sandi Ross
ACTRA

Richard Stursberg
Téléfilm Canada

Stephen Tapp
CHUM

Ben Viccari
Canadian Ethnic Journalists & Writers Club

Stephen Waddell
ACTRA

Barbara Williams
Craig Media

Kim Ziervogel
Aboriginal Journalists Association of Canada

Gannett (É.-U.)
NBC (É.-U.)
Tribune (É.-U.)

Réalisateurs, acteurs, auteurs et autres spécialistes :

Dhirendra
Acteur

Melanie Cicheski
Évaluation-médias

Fil Fraser
Auteur/radiodiffuseur

Pierre Houle
Réalisateur

Minelle Mahtani
Professeure
University of British Columbia

Irshad Manji
Auteur/radiodiffuseur

John Miller
Professeur
Ryerson University School of Journalism

Steve Ord
Réalisateur

Linda Schuyler
Réalisatrice

Monique Simard
Réalisatrice

Sorej Prom Tep
Journaliste

Autres organisations :

Banque de Montréal
Eastman Kodak
IBM Canada
JP Morgan Chase

N. Yanke Transfer
Proctor & Gamble
Prudential Financial
Xerox

Table des matières

Avant-propos	1
Sommaire	2
Partie Un – Contexte	6
Introduction	6
Mise sur pied du Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision	7
Établissement du plan de recherche.....	9
Mandat du Groupe de travail	11
Partie Deux – La rentabilité de la diversité culturelle	11
Partie Trois – Conclusions découlant de la recherche	14
Introduction	14
Modules de recherche.....	14
Décisions relatives à la recherche.....	16
Structure de l’industrie de la radiodiffusion privée	16
Marchés sélectionnés pour l’étude	17
Services télévisuels sélectionnés pour l’étude	18
Émissions sélectionnées	18
Point de mire de l’analyse et base de mesure	21
Conclusions découlant de la recherche.....	21
Étude de la documentation et de la recherche.....	22
Entrevues individuelles avec les parties intéressées - Conclusions	23
Groupes de consultation auprès des téléspectateurs – Conclusions.....	24
Analyse du contenu - Conclusions	27
Remarques sur la méthodologie	28
Résultats de codage	28
Présence et représentation – Émissions en langue anglaise.....	30
Sommaire de la présence et de la représentation – Émissions en langue française	31
Écarts cruciaux	32
Écart crucial : présence autochtone; le rôle d’APTN.....	33
Examen des pratiques exemplaires - Conclusions.....	34
Partie Quatre – Pratiques exemplaires et initiatives de l’industrie	36
Démarche du Groupe de travail vers les pratiques exemplaires et initiatives de l’industrie.....	36
Pratiques exemplaires – Domaines développés	38
Pratiques exemplaires recommandées par le Groupe de travail	38
Initiatives de l’industrie	51
Partie Cinq – Au-delà des pratiques exemplaires : recommandations au CRTC	55
Recherche future.....	55
Recommandation Un.....	55
Pratiques exemplaires et exigences actuelles de rapport	55
Recommandation Deux	56
Glossaire	57
Annexe – Membres du Groupe de travail	59
Bibliographie	64
À propos de l’auteur	65

Avant-propos

Le Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision a le plaisir de présenter le Rapport suivant ainsi que l'étude de la documentation et de la recherche qui l'accompagne. Les constatations que renferment ces documents sont le fruit de près de deux ans consacrés à l'examen de l'image et de la présentation de la diversité culturelle aux ondes des stations de télévision privée canadiennes.

Pendant l'élaboration du Rapport, nous avons énormément appris et nous sommes heureux qu'il aura sa place à titre d'initiative d'avant-garde et de premier plan dans la somme des connaissances découlant de la recherche et des études sur la diversité à l'échelle internationale. Grâce à une méthode de recherche axée sur un éventail de mesures, il ne fait aucun doute que l'étude accompagnant notre Rapport est la plus détaillée jamais effectuée en son genre.

Pour sa part, l'étude de la documentation et de la recherche a directement étayé l'élaboration des pratiques exemplaires et des initiatives de l'industrie qui sont recommandées par le Groupe de travail et qui consistent en un vaste ensemble d'initiatives conçues pour être utilisées par les télédiffuseurs et leurs partenaires de l'industrie partout au Canada.

En combinant une étude de grande envergure à une série de recommandations touchant des pratiques exemplaires et des initiatives de l'industrie, le Rapport du Groupe de travail représente tant une occasion qu'un défi pour les télédiffuseurs privés du Canada. Malgré les percées en termes de la présence et de la représentation de la diversité culturelle à la télévision, et il en existe de nombreux exemples positifs, le défi que doivent relever les télédiffuseurs consiste à bâtir sur ces assises de manière à ce que leurs auditoires de plus en plus diversifiés et leurs entreprises en bénéficient.

De toute évidence, l'occasion qu'offre le progrès au chapitre de la diversité culturelle se traduit également par de bonnes affaires pour les télédiffuseurs du Canada.

Le Rapport du Groupe de travail se veut également un outil d'apprentissage pour les éducateurs, les responsables de l'élaboration des politiques, les associations communautaires, les chefs d'entreprise et les citoyens. Nous les invitons à utiliser et à mettre en œuvre nos conclusions et recommandations dans le cadre de leurs propres initiatives sur la diversité.

Le Rapport du Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision constitue un point de départ pour la prise de nouvelles mesures qui ouvriront la voie au progrès à plusieurs égards. Cela commence par l'engagement – non seulement de la part des télédiffuseurs, mais également de leurs partenaires à l'échelle de l'industrie.

Sommaire

En août 2001, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) publiait l'avis public CRTC 2001-88, dans lequel il demandait aux radiodiffuseurs privés du Canada d'élaborer un plan d'action portant sur la représentation de la diversité culturelle du Canada à la télévision. L'avis public donnait expression à un objectif des radiodiffuseurs et des collectivités ethnoculturelles et autochtones par l'instauration d'une initiative importante de l'industrie concernant la diversité culturelle.

L'avis public 2001-88 demandait par ailleurs la mise sur pied d'un groupe de travail pour guider cette initiative importante. Le Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision (Groupe de travail) a été établi en 2002, pour faire suite à l'élaboration du plan d'action sur la diversité culturelle et à l'acceptation de ce plan par le CRTC.

Composé de cinq représentants de l'industrie de la radiotélévision et de quatre de secteurs à l'extérieur de cette industrie qui représentent les collectivités ethnoculturelles et autochtones du Canada, le Groupe de travail s'est penché sur les deux objectifs principaux fixés dans le plan d'action.

D'abord, le Groupe de travail devait entreprendre une initiative importante de recherche pour étudier la présence et la représentation de la diversité culturelle à la télévision. Ensuite, il élaborerait des pratiques exemplaires et des initiatives de l'industrie à recommander aux radiodiffuseurs. Les travaux du Groupe de travail jetteraient ainsi les assises permettant d'évaluer le progrès de la diversité culturelle à la télévision dans les années à venir.

Le Groupe de travail a retenu les services de Solutions Research Group of Toronto et de Johnston and Buchan LLP d'Ottawa pour réaliser le projet de recherche. Cinq modules de recherche ont été établis :

Phase I : Étude de la documentation et de la recherche existante, y compris l'étude de la documentation secondaire et le sommaire des analyses existantes du contenu.

Phase II : Étude des pratiques exemplaires, soit 15 études de cas de sociétés sélectionnées pour leur notoriété à titre de chef de file dans le domaine de la diversité culturelle.

Phase III : Entrevues individuelles avec 54 parties intéressées clés de partout au Canada, y compris des représentants de l'industrie de la

radiodiffusion, d'organismes ethnoculturels et autochtones, d'écrivains, de réalisateurs, d'acteurs et d'universitaires.

Phase IV : Groupes de consultation auprès des téléspectateurs, soit 20 groupes sur six marchés au Canada, représentant 150 Canadiens de diverses origines culturelles.

Phase V : Analyse du contenu, dont 330 heures de programmation canadienne diffusées par 72 services de télévision en anglais et en français ainsi que le Aboriginal Peoples Television Network (réseau de télévision des peuples autochtones – APTN) représentant 6 123 rôles parlants dans 462 émissions.

L'analyse du contenu a porté sur les services de télévision privée générale et spécialisée appartenant à des entreprises canadiennes ainsi que sur la programmation canadienne. L'étude exclut Radio-Canada/CBC, les services et émissions en langues tierces, les services américains de radiodiffusion et de programmation, les services de télévision payante et les services de télévision spécialisée et à la carte en mode numérique.

Les recherches du Groupe de travail ont abouti à l'étude la plus détaillée sur la diversité culturelle et les médias jamais entreprise, partout dans le monde, qui servira de source importante d'information pour la recherche future.

En général, les sujets interrogés ont conclu que des progrès modestes ont été réalisés quant à la présence de la diversité culturelle aux écrans de la télévision pendant la dernière décennie, mais qu'il y a encore beaucoup à faire. Plusieurs ont proposé des améliorations, comme l'utilisation davantage fréquente des stages et mettre sur pied une base de données d'acteurs, de réalisateurs, de producteurs et d'experts provenant des collectivités ethnoculturelles et autochtones du Canada. En avril 2004, le Groupe de travail a entrepris une série de consultations avec des intéressés afin de discuter des recommandations sur les pratiques exemplaires et les initiatives de l'industrie.

Les groupes de consultation ont exprimé une grande variété d'opinions et de points de vue fermes sur la question de la diversité culturelle et de la télévision. Les participants aux groupes de discussion à travers le pays ont mis en lumière plusieurs domaines de préoccupation, à savoir la persistance des stéréotypes, de trop nombreux cas de représentations négatives ou inexacts, la sous-représentation de nombreux groupes, la représentation déséquilibrée ou négative dans les actualités et un manque grave de représentation autochtone à la télévision.

L'analyse du contenu a corroboré de nombreuses préoccupations soulevées au sein des groupes de consultation et a fourni une évaluation très complète de la façon exacte dont la télévision reflète et représente la diversité culturelle.

Les méthodes d'évaluation de la proportion de la population établies par Statistique Canada à l'occasion du recensement de 2001 ont servi de repère statistique pour évaluer la présence des groupes ethnoculturels et des peuples autochtones à la télévision. Au Canada, à l'exclusion du Québec, les minorités ethniques, raciales et autochtones représentent 19,3 pour cent de la population. Au Québec, la proportion de cette même population est de 7,9 pour cent.

Une équipe d'experts en codage de diverses origines ethnoculturelles ont analysé 11 catégories d'émissions, six en anglais et cinq en français. Le cadre de codage comprenait i) des mesures de la présence, ou de la fréquence de la diversité ethnoculturelle et autochtone à l'écran et ii) l'analyse de la représentation ou des rôles joués et/ou des qualités démontrées à l'écran par des personnes de diverses origines ethnoculturelles.

En ce qui a trait aux émissions d'information et aux actualités, l'analyse s'est concentrée sur les rôles (présentateur, animateur, reporter, expert, etc.), le type de couverture (locale, nationale, internationale) et le sujet (santé, crime, politique, etc.). Bien que le contenu des actualités et des reportages n'ait pas été analysé, de nombreux participants aux groupes de consultation ont fait remarquer que le contenu des actualités devrait faire l'objet d'une étude ultérieure.

Six catégories de programmation de langue anglaise ont été analysées : actualités, autres émissions d'information, émissions dramatiques, autres émissions de divertissement, émissions dramatiques pour enfants et autres émissions pour enfants. Dans ces six catégories, le pourcentage de la présence de la diversité ethnoculturelle et autochtone était inférieur au repère de 19,3 pour cent.

Cinq catégories de programmation de langue française ont été analysées : actualités, autres émissions d'information, émissions dramatiques, autres émissions de divertissement et émissions dramatiques pour enfants. Dans trois catégories, le pourcentage de la présence de la diversité ethnoculturelle et autochtone était inférieur au repère de 7,9 pour cent.

En ce qui a trait à la présence de la diversité ethnoculturelle et autochtone dans les catégories d'émissions analysées, l'étude a révélé trois écarts cruciaux :

- Il y a très peu d'experts (commentateurs/invités spéciaux) de diverses origines culturelles dans le domaine des actualités en langue anglaise.
- Très peu de postes à l'écran, comme les présentateurs ou les reporters, sont comblés par des personnes de diverses origines culturelles dans le domaine des actualités en langue française.
- Très peu de rôles parlants principaux sont joués par des personnes de diverses origines culturelles dans les dramatiques de langue anglaise.

D'avantage de mesures positives favorisant la présence et la représentation, c.-à-d. la présence à l'écran et les rôles ou les qualités, son évidentes dans la programmation pour enfants de langue française.

En outre, l'étude a repéré deux secteurs de sous-représentation importante, c.-à-d. où la présence à l'écran est considérablement inférieure à la présence de ce groupe dans la population en général.

- Les Canadiens d'origine asiatique et du Sud-Est asiatique, y compris les Chinois, les Vietnamiens, les Philippins et les Coréens, forment le plus grand groupe ethnoculturel du Canada avec 1,7 million de personnes, mais ils semblent beaucoup moins représentés à l'écran.
- Sans la présence du réseau APTN – qui fait l'objet d'une analyse distincte par rapport aux autres contenus et services de radiodiffusion – la présence en ondes des peuples autochtones du Canada est négligeable. Sur 10 des 11 catégories d'émissions analysées, la fréquence de présence des Autochtones était de moins de 1 pour cent du total.

L'APTN enrichit l'image des peuples autochtones à la télévision. Si l'on compte l'APTN dans l'analyse de la programmation, la présence des Autochtones s'accroît de beaucoup dans de nombreuses catégories de contenu.

D'après les conclusions de l'étude conjuguées à l'expérience des membres du Groupe de travail, le Groupe de travail a élaboré une série complète de recommandations sur les pratiques exemplaires et les initiatives de l'industrie. Les pratiques exemplaires, touchant 10 secteurs, découlent de quelques principes directeurs.

D'abord, l'industrie de la radiodiffusion doit s'engager à améliorer et à favoriser la diversité culturelle à la télévision. L'engagement à long terme envers le changement et la réalisation de progrès constitue un point de départ essentiel.

Deuxièmement, étant donné la diversité géographique et linguistique de la radiotélévision au Canada, une approche uniformisée au changement n'est

pas viable. Les radiodiffuseurs doivent plutôt mettre au point et appliquer les moyens qui cadrent avec les réalités de leur marché et de leurs activités. Ainsi, les pratiques exemplaires et les initiatives de l'industrie recommandées se veulent souples.

Troisièmement les pratiques exemplaires ont été élaborées de manière à permettre aux radiodiffuseurs d'évaluer leur efficacité au fil du temps, de sorte que le progrès en matière de diversité culturelle puisse être déterminé. L'évaluation est une caractéristique essentielle des pratiques exemplaires.

Enfin, le réseau de radiodiffusion est lui-même composé de nombreux secteurs différents, notamment les producteurs, les réalisateurs, les rédacteurs, les agences de financement et autres éléments. Tous les secteurs de l'industrie doivent faire preuve d'engagement à long terme et de volonté à participer à des initiatives qui sauront promouvoir la question de la diversité culturelle.

Pour assurer des résultats positifs, le Groupe de travail recommande que le CRTC entreprenne une autre analyse du contenu de la programmation d'ici trois ou quatre ans, par exemple au cours de la saison de télévision de 2006-2007 afin de déterminer la mesure dans laquelle ont progressé la présence et la représentation de la diversité culturelle à la télévision.

Partie Un – Contexte

Introduction

La radiodiffusion privée est une industrie moderne, vigoureuse et puissante proposant aux Canadiens des émissions d'information et de divertissement dans toutes les régions de notre pays. L'ensemble de l'industrie de la télévision a subi des changements considérables depuis ses débuts, ayant évolué d'un réseau public unique à l'un des systèmes de communication les plus étendus au monde.

Le Canada a aussi connu des changements importants en ce qui a trait à sa population et aux origines de son peuple. Depuis ses racines autochtones et la colonisation par les Français et les Anglais, le visage du Canada – et par conséquent, notre personnalité collective – a connu une transition marquée et comparativement récente. Passant de ses origines remontant largement à l'Europe occidentale d'il y a une génération, le Canada s'est transformé en l'un des pays le plus diversifié sur le plan culturel et ethnique.

La diversité ethnoculturelle du Canada est une force sociale et politique. En 2001, six millions de Canadiens avaient une langue maternelle autre que l'anglais ou le français. Le nombre de Canadiens nés à l'étranger a atteint un

niveau record, inégalé depuis 70 ans. Et la population issue des minorités visibles¹, quatre millions et plus, connaît une croissance six fois plus rapide que la population totale du Canada. La présence actuelle des minorités visibles dans la population canadienne est de 16,5 pour cent; à son taux de croissance actuel elle devrait atteindre 20 pour cent d'ici 2016 (Statistique Canada : recensement du Canada 2001).

Ces changements ont posé des difficultés en ce qui concerne l'élaboration de politiques et l'adoption de pratiques commerciales, surtout pour ce qui est de tirer parti de la diversité culturelle du Canada et de réaliser à fond les possibilités que cette diversité présente.

Le système de radiodiffusion du Canada doit faire face aux difficultés, aux possibilités et à l'incidence de la diversité culturelle du Canada. Selon la *Loi sur la radiodiffusion*,

...le système canadien de radiodiffusion devrait : par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones, (sous-alinéa 3 (1)d)(iii)

Des problèmes et des enjeux importants ont surgi concernant la mesure dans laquelle la diversité culturelle est présentée à la télévision canadienne et l'image qu'on en donne.

Mise sur pied du Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision

En août 2001, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) publiait l'avis public CRTC 2001-88, dans lequel il demandait aux radiodiffuseurs privés d'élaborer un plan d'action portant sur la représentation de la diversité culturelle. L'avis public donnait expression à un objectif des radiodiffuseurs et des collectivités ethnoculturelles et autochtones par l'instauration d'une initiative importante de l'industrie concernant la diversité culturelle.

¹ En ce qui a trait à la terminologie, le Groupe de travail utilise « groupes ethnoculturels et peuples autochtones » tout au long du présent rapport comme référence inclusive aux Canadiens dont les origines englobent les origines ethniques, raciales et autochtones. L'expression « minorité visible » est un descripteur qui a été utilisé par l'équipe de l'étude dans son analyse des émissions et comprend aussi les Canadiens dont les origines englobent les origines ethniques, raciales et autochtones.

Le CRTC indiquait que le plan d'action devrait comprendre : la mise sur pied d'un groupe de travail composé de représentants de l'industrie de la radiodiffusion et de la collectivité, une stratégie de recherche qui produirait des données de référence permettant d'évaluer la représentation, et l'élaboration d'une stratégie afin de déterminer les pratiques exemplaires et les initiatives pratiques pour l'industrie.

Une fois en place, le Groupe de travail « serait chargé d'examiner la représentation de la diversité culturelle canadienne à la télévision et de trouver des moyens de l'améliorer. » Le Conseil a précisé que la stratégie de recherche devrait être étendue et universelle afin d'obtenir

...des données de référence qualitatives et quantitatives sur la représentation de la diversité (la présence et l'image, c'est-à-dire... qui on voit et ceux qu'on voit) à la télévision canadienne traditionnelle et spécialisée, dans les marchés de langues française et anglaise. Le Conseil estime essentiel d'examiner la programmation sous toutes ses formes, bulletins de nouvelles et autres émissions y compris, diffusée localement ou à l'échelle nationale. »
(CRTC, Avis public 2001-88, paragraphe 11)

En réponse à l'avis public du Conseil, les radiodiffuseurs privés – par l'intermédiaire de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) ont élaboré un plan d'action détaillé pour l'industrie et ont soumis ce plan au CRTC.

Le plan d'action, établi d'après une vaste consultation au sein de l'industrie de la radiodiffusion et à l'extérieur de celle-ci, proposait une stratégie de recherche minutieuse et une approche relative aux pratiques exemplaires « destinée à produire le type de données et une qualité d'information qui apporteront des éclaircissements et guideront dans la mise de l'avant de la représentation et de la présence des cultures ethniques, raciales et autochtones à la télévision » (Association canadienne des radiodiffuseurs : 2002, p. 4).

En outre, le plan d'action élargit la portée de la recherche prospective et entend « établir une norme efficace de référence qui permet à l'industrie de prendre des décisions opérationnelles judicieuses, pratiques et progressives relativement à la diversité culturelle dans la programmation télévisuelle. » (2002, p.7)

Dans l'ensemble, le plan d'action recommandait une approche d'étude appuyée par des mesures égales de méthodologies qualitatives et quantitatives, et une approche relative aux pratiques exemplaires qui serait, comme le plan d'action,

consultative et complète, car « la recherche en matière de pratiques exemplaires est un des outils les plus puissants dont dispose l'industrie de la radiodiffusion pour promouvoir la diversité culturelle. » (2002, p.10)

Après le dépôt du plan d'action, l'industrie a entamé le processus de mettre le Groupe de travail sur pied. Par suite de nombreuses consultations et discussions au sein et hors du secteur de la radiodiffusion, le Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision a été créé; il comprend cinq représentants de l'industrie de la radiotélévision, et quatre de secteurs à l'extérieur de l'industrie, notamment des collectivités ethnoculturelles et autochtones du Canada. (On trouvera en annexe la notice biographique de chacun des membres du Groupe de travail.)

Il importe de souligner que, grâce à un dialogue régulier avec l'industrie et le Conseil, le Groupe de travail a demandé et obtenu un *statut indépendant* dans ses activités.

Bien qu'il soit financé par des radiodiffuseurs privés et surveillé par l'organisme de réglementation, la reconnaissance de son indépendance a été, pour le Groupe de travail, un tournant décisif dans ses travaux. Cette reconnaissance a permis de renforcer les rôles respectifs des radiodiffuseurs et des représentants des collectivités et a favorisé une atmosphère dynamique et ouverte aux fins de discussion.

Établissement du plan de recherche

L'établissement du plan et de l'échéancier de la recherche s'appuyait sur le plan d'action mentionné plus haut, ainsi que sur les pas qui avaient déjà été pris en avant dans le domaine de la diversité culturelle et la radiodiffusion.

L'audience publique que le CRTC a tenue en 1999 sur la politique télévisuelle représente un jalon clé pour ce qui est de la mise sur pied d'initiatives en matière de diversité culturelle dans le secteur de la radiodiffusion. Dans l'examen de la politique sur la télévision privée, le Conseil soulignait ses objectifs relatifs à la diversité au sein du système de radiodiffusion, en ces termes :

Le Conseil désire que les télédiffuseurs traditionnels s'engagent à contribuer, par des projets précis, à un système qui reflète plus fidèlement la présence des minorités culturelles et raciales et des Autochtones, dans les collectivités qu'ils desservent.

Le Conseil ajoutait :

Les titulaires devront s'assurer que la représentation en ondes des groupes minoritaires est fidèle, juste et non stéréotypée.

Enfin, le Conseil a indiqué que le système de télévision canadien

...devrait être le miroir dans lequel tous les Canadiens peuvent se reconnaître. Il devrait offrir la chance aux producteurs, auteurs, techniciens et artistes, ayant des origines culturelles et sociales différentes, de créer une diversité d'émissions et de développer leurs habiletés. (Avis public 1999-97, La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès)

Le Groupe de travail constate, à la lumière de la politique télévisuelle révisée du Conseil, que les radiodiffuseurs privés, par l'intermédiaire de l'ACR, ont élaboré un ensemble de « lignes directrices concernant la diversité culturelle » en 2000.

Ces lignes directrices constituent un ensemble de principes favorisant la représentation exacte et la présence de groupes ethnoculturels et autochtones, la présentation équilibrée de perspectives, l'abstention de contenu injurieux et la sensibilité au contenu qui risque d'être stéréotypé. Elles indiquent par ailleurs que les pratiques d'embauche et de formation des radiodiffuseurs privés devraient s'inspirer de ces principes.

Le Groupe de travail indique également que, par les renouvellements des licences de TVA, CTV et CanWest Global en 2001, le Conseil a établi de nouvelles conditions exigeant que les titulaires présentent des plans d'entreprise relatifs à la diversité culturelle, et fournissent un rapport sur ces plans chaque année pendant la durée de leur licence. Les plans d'entreprise doivent faire état des initiatives visant à atteindre les objectifs sur la diversité découlant de la politique télévisuelle révisée : engagements en matière de responsabilisation des entreprises, de représentation de la diversité dans les émissions, et de demande de rétroaction de la part des téléspectateurs.

En plus des jalons primordiaux de la politique télévisuelle de 1999 et des renouvellements de licences des réseaux en 2001, des événements dans le secteur de la radiodiffusion privée ont permis de mettre la diversité culturelle en évidence. Il s'agissait notamment de :

- l'octroi de licence à CFMT (Omni) (1979)
- l'octroi de licence à Telelatino (1984)
- la publication de la politique du CRTC relative à la radiodiffusion à caractère ethnique (1985)
- la politique en matière de radiotélédiffusion autochtone du CRTC (1990)
- l'octroi de licence à Aboriginal Peoples Television Network (1999)

- le renouvellement de la politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique (1999)
- l'octroi de licence aux services ethniques récents à Vancouver (Multivan Broadcasting) et à Toronto (Omni 2) en 2002.

Mandat du Groupe de travail

Le Groupe de travail a tenu sa première réunion en juillet 2002 et a établi son mandat :

Le Groupe de travail est une entité qui agira pour le compte de tous les télédiffuseurs privés, à savoir les services de télévision de langue française et de langue anglaise, les services de télédiffusion ethnique, les services de télévision générale, spécialisée et payante, les réalisateurs et les groupes et organismes communautaires intéressés dont le mandat et les activités visent à faire valoir le visage multiculturel du Canada et sa réalité autochtone. Le Groupe de travail devra :

- élaborer, parrainer et superviser une stratégie de recherche qui permettra d'obtenir des renseignements clés à partir desquels l'industrie et le Conseil pourront évaluer les progrès réalisés par l'industrie en ce qui concerne les questions qui se rapportent à la présentation, à l'image et aux reflets des ethnies, des races et des Autochtones;
- établir et mettre en œuvre des pratiques exemplaires à la fois simples et réalistes, ainsi que d'autres initiatives pratiques pour assurer le reflet équitable et conséquent de la diversité culturelle au sein du système canadien de radiodiffusion; et
- mettre au point un mécanisme permettant de suivre le progrès attribuable au projet de l'ACR sur la diversité culturelle et d'évaluer ce progrès.

Une des premières préoccupations du Groupe de travail concernant la portée de la recherche a été le temps considérable requis pour recueillir, analyser et ensuite publier les conclusions selon les données quantitatives, c'est-à-dire de base.

Le Groupe de travail a certes déterminé qu'il valait mieux équilibrer les méthodes quantitatives et qualitatives. Or, il était entendu que l'intégration de la collecte et de l'analyse de données repères repousserait considérablement l'échéance de l'achèvement du projet.

Partie Deux – La rentabilité de la diversité culturelle

De nombreux secteurs de l'économie canadienne se rendent compte que la diversité culturelle est rentable sur plusieurs plans. Comme on l'a déjà vu, le Canada continue de connaître un changement démographique important par

une croissance majeure dans la diversité de sa population. Ce type de changement important amène invariablement des fluctuations dans l'économie, en raison de l'évolution des comportements des consommateurs, et cette situation a entraîné une réaction marquée de la part de certains segments du monde des affaires au Canada.

Il est largement reconnu, et évident dans la recherche du Groupe de travail, qu'une main-d'œuvre diversifiée améliore les résultats financiers en créant un avantage concurrentiel. Une main-d'œuvre aux origines internationales fait appel à des connaissances et à des compétences plus étendues qui favorisent la réflexion avant-gardiste et la création novatrice. Ceci est particulièrement important si l'on souhaite exploiter une base plus vaste de capital humain pour faire tourner une économie fondée sur les connaissances.

Au Canada, on estime que d'ici 2016 un employé sur cinq aura des origines non européennes, ce qui signifie un apport tangible à l'économie canadienne (le Conference Board du Canada, 2004).

Les secteurs bancaire, manufacturier et de haute technologie sont parmi les secteurs canadiens qui se sont activement dotés de politiques en matière de diversité du personnel, reconnaissant que le succès signifie s'adapter à une clientèle en évolution (*Canadian Business*, 29 mars 2004, Internet). Des effectifs diversifiés et l'appui de politiques et de pratiques qui les favorisent peuvent créer des sociétés beaucoup mieux placées pour offrir des services à une clientèle multiculturelle (et multilingue).

L'économie mondiale fait valoir l'importance de la diversité de la main-d'œuvre étant donné la prédominance de partenariats internationaux et les possibilités commerciales ainsi créées. En l'absence de pratiques de commercialisation et de publicité sensibles sur le plan culturel, des sociétés peuvent se trouver exclues de marchés éventuellement lucratifs. La notion de « marketing multiculturel », axée sur les populations ethnoculturelles et autochtones, devient de plus en plus répandue dans les écoles de commerce et dans les sociétés qui cherchent à stimuler et élargir les connaissances de la main-d'œuvre en l'exposant aux possibilités que présentent divers marchés.

Sur le plan de l'évolution des habitudes de consommation au Canada, la diversité culturelle représente un pouvoir d'achat énorme. Par exemple, le pouvoir d'achat combiné des collectivités chinoise, portugaise et sud-asiatique dans la région du Grand Toronto est estimé à 25 milliards de dollars annuellement (*Canadian Business*, 29 mars 2004, Internet).

Tout porte à croire que la diversité culturelle est aussi rentable pour les radiodiffuseurs. À mesure que la population canadienne devient plus diversifiée sur le plan culturel, il en est de même pour les marchés et les

auditoires des télédiffuseurs. Pour eux, leur rentabilisation dépendra de la nature de la diversité présente au sein des marchés qu'ils rejoignent. Étant donné la variation de la diversité culturelle dans les marchés, chaque radiodiffuseur devra déterminer les stratégies convenant à son marché pour demeurer pertinent pour les collectivités qu'il dessert.

Comme il a été indiqué dans la Phase I, Étude de la documentation et de la recherche, et la Phase II, Étude des pratiques exemplaires, en annexe, certains radiodiffuseurs internationaux ont bénéficié de rendements non négligeables en misant sur la diversité culturelle de la main-d'œuvre et en appliquant des pratiques de production et d'acquisition qui amènent la diversité culturelle à l'écran.

Notre recherche a permis de découvrir que le développement et la mise en œuvre de la diversité culturelle sur scène et en coulisse permettent de réaliser des émissions créatives et dynamiques qui attirent téléspectateurs et publicitaires, accroissant la présence sur le marché et donnant un avantage concurrentiel important.

En outre, d'après notre recherche, la présence d'une main-d'œuvre diversifiée sur le plan ethnoculturel et la prédominance d'émissions diversifiées sur le plan culturel établissent des relations entre les radiodiffuseurs et leurs collectivités, offrant une dimension unique de présence et de point de contact sur le marché. Dans les pratiques exemplaires qu'il recommande dans la Partie Quatre du présent rapport, le Groupe de travail fait remarquer que cette « connexion aux collectivités » est un secteur à développer.

Enfin, comme il a été noté par des entreprises dans d'autres secteurs de l'économie, il existe une relation directe entre la diversité culturelle et la réussite financière dans l'industrie de la radiodiffusion. À mesure que les entreprises desservent des marchés davantage diversifiés sur le plan culturel, marchés estimés à des milliards de dollars en chiffres d'affaires, leur besoin d'annoncer leurs produits et services s'accroît et inclurait la télévision comme média clé.

Partie Trois – Conclusions découlant de la recherche

Introduction

En octobre 2002, le Groupe de travail a lancé un appel d'offres pour exécuter un projet de recherche approfondie sur la présence et la représentation des cultures ethniques, raciales et autochtones à la télévision privée canadienne.

Le Groupe de travail a reçu trois propositions et en décembre 2002, à la suite d'une analyse détaillée et de discussions, le contrat de recherche a été octroyé à une proposition conjointe soumise par Solutions Research Group Consultants Inc. de Toronto (SRG) et Johnston & Buchan LLP d'Ottawa.

Le Groupe de travail a tenu compte de nombreux facteurs dans le choix de l'équipe de recherche. En particulier, la proposition de SRG/Johnston & Buchan comportant :

- Une vaste expérience de recherche dans le domaine de la radiodiffusion et de la réglementation;
- Une vaste expérience dans l'application des méthodes qualitatives et quantitatives;
- Une expérience directe en recherche dans le domaine de la diversité culturelle;
- Une expérience complémentaire importante dans le domaine de la diversité culturelle en raison des travaux importants de Solutions Research Group dans le domaine de la culture juvénile;
- Une compréhension claire des principes et des objectifs visés; et
- Une démarche proposée qui était à la fois complète, judicieuse et claire.

L'équipe de recherche a démontré par ailleurs une capacité solide à mener des groupes de discussion et des entrevues, fondement des principales méthodes qualitatives principales à appliquer, tant en anglais qu'en français.

Modules de recherche

Dans un projet de recherche de cette envergure, il faut nécessairement prendre des décisions sur la visée et la portée. Combien d'émissions devraient être incluses afin d'être représentatives, mais gérables? Devrait-on inclure toutes les émissions, y compris les actualités, la télévision vérité, la couverture intégrale des rencontres sportives? Devrait-on mesurer les rôles parlants et toutes les apparitions?

Après plusieurs semaines de discussion et de délibérations jusqu'au début de l'année 2003, le Groupe de travail est arrivé à un projet de recherche important, mais gérable, comportant cinq modules de recherche :

1) Recherche de fond :

- Examen de la documentation secondaire
- Aperçu de la situation dans d'autres pays
- Sommaire des analyses précédentes du contenu
- Bibliographie
- Échéancier, de janvier à mai 2003

2) Entrevues individuelles avec les parties intéressées :

- 54 entrevues avec un échantillon représentatif des parties intéressées clés de l'industrie de la radiodiffusion et d'associations ou d'organismes ethnoculturels et autochtones à travers le Canada, y compris APTN
- D'autres experts, dont des réalisateurs, des acteurs, des auteurs et des universitaires sont compris dans ce module
- Échéancier, de mai à juillet 2003

3) Groupes de consultation auprès des téléspectateurs :

- 20 groupes de consultation (15 en anglais et cinq en français), six marchés à travers le Canada, représentant 150 Canadiens provenant d'un éventail d'origines ethnoculturelles et autochtones
- Échéancier, de mai à juillet 2003

4) Analyse de contenu repère :

- Base de données de 7 403 émissions
- Échantillon de 330 heures d'émissions (194 en langue anglaise, 136 en langue française)
- 6 123 rôles parlants dans 462 émissions dans un cadre type
- Total de 72 services de radiodiffusion de langue anglaise et de langue française, plus le réseau Aboriginal Peoples Television Network
- Échéancier, de mai à juin 2003 (échantillonnage); de juin à octobre 2003 (analyse et rédaction)

5) Examen des pratiques exemplaires

- 15 études de cas de pratiques exemplaires en entreprise
- Point de mire : entreprises de communications non canadiennes; entreprises canadiennes dans des domaines autres que la radiodiffusion; autres multinationales
- Les entreprises ont été choisies selon leur notoriété publique à titre de chefs de file dans le domaine de la diversité culturelle
- Les résultats seraient utilisés par le Groupe de travail comme base pour l'élaboration de pratiques exemplaires
- Échéancier, de mars à octobre 2003

Décisions relatives à la recherche

Le Groupe de travail a collaboré avec l'équipe de recherche tout au long du processus de recherche. Au début, le Groupe de travail a reconnu que son mandat de recherche produirait : i) une *mesure* de la diversité culturelle à la télévision canadienne; ii) des *perceptions* de la diversité culturelle à la télévision canadienne et iii) des *solutions* pour favoriser la diversité culturelle à la télévision grâce aux pratiques exemplaires et aux initiatives de l'industrie.

Ensuite, les décisions du Groupe de travail sur l'inclusion d'émissions reposaient sur deux facteurs clés : i) la structure de l'industrie de la radiodiffusion privée et ii) le marché de la radiodiffusion canadienne.

Structure de l'industrie de la radiodiffusion privée

L'industrie de la radiodiffusion privée est l'élément commercial du système de radiodiffusion canadien, tirant des revenus de la publicité. En ce qui a trait à la structure du système, les radiodiffuseurs privés rentrent dans les catégories suivantes :

- Télévision générale : réseaux comme TVA, CTV et Global; les réseaux régionaux comme CHUM, TQS et Craig; les stations locales, indépendantes et commerciales, comme CKPR de Thunder Bay et CFKM de Trois-Rivières; la radiodiffusion de Terre ayant le mandat de diffuser des émissions multilingues et multiculturelles, comme Omni Television; 27 stations de cette catégorie ont été choisies pour l'étude. Il s'agit d'une catégorie de service clé pour les fins de l'étude, étant donné la prestation d'émissions locales.
- Services de télévision spécialisée : comme Newsnet, Showcase, YTV, Réseau des Sports, Historia et MusiquePlus; 45 services en plus de Aboriginal Peoples Television Network ont été choisis pour l'étude.
- Services de télévision payante et à la carte : comme SuperÉcran, The Movie Network; les services de télévision à la carte fournis par les services de câblodistribution et les distributeurs de services de diffusion directe au foyer; non inclus dans l'étude.
- Services de télévision spécialisée en mode numérique (ou « diginets ») : comme Lonestar, Book TV, Discovery Kids; non incluses dans l'étude.
- Services en langue tierce : comme Fairchild, Talentvision, Asian Television Network; non incluses dans l'étude.

Comme on le souligne dans la section « services télévisuels sélectionnés pour l'étude » plus bas, la décision du Groupe de travail quant aux services de radiodiffusion à sélectionner comprenait un échantillon représentatif des deux premières catégories ci-dessus, soit les services de télévision générale et spécialisée. Ces catégories étaient considérées comme les services d'émissions les plus populaires et accessibles offerts aux Canadiens, représentant un vaste échantillon d'émissions tant à l'échelle locale que nationale.

Nous l'expliquons ci-dessous, les décisions du Groupe de travail sur les services de télévision générale ont été, en grande partie, fonction du choix des marchés pour l'étude. Tous les services de télévision spécialisée ont fait l'objet de l'étude; les détails sont présentés aux pages 135-136 de la Phase V : Analyse du contenu, en annexe.

Marchés sélectionnés pour l'étude

Le Groupe de travail a inclus les marchés suivants dans l'étude : Toronto-Hamilton, Vancouver-Victoria, Edmonton, Halifax, Thunder Bay, Montréal, Québec et Trois-Rivières.

Cette décision a été guidée par la nécessité d'intégrer deux éléments déterminants du marché de la radiodiffusion canadienne dans l'échantillonnage : i) dualité linguistique, c.-à-d. services en langue anglaise et en langue française, et ii) taille du marché variable, c.-à-d. marchés importants, moyens et plus petits. En outre, la structure du système a été prise en compte afin d'assurer une bonne représentation des entreprises gérées individuellement et celles de réseaux.

Dans chacun des marchés sélectionnés pour l'analyse, des échantillons d'émissions de services de télévision générale locaux ont été recueillis; cette méthodologie est expliquée en détail aux pp. 133-145 de la Phase V, Analyse du contenu, en annexe.

Le Groupe de travail a déterminé que l'analyse du contenu serait effectuée pour les émissions tant en anglais qu'en français, reconnaissant certaines différences inhérentes à ces marchés.

Par exemple, le marché de langue anglaise est beaucoup plus vaste que le marché de langue française. Par conséquent, il y a moins d'émissions locales à analyser pour le marché de langue française, étant donné le volume de production et de distribution des émissions à travers le Québec.

En outre, le marché de langue anglaise compte de nombreux marchés d'envergure tandis que le marché de langue française en a deux, Montréal et Québec. Lorsque l'on met cela en parallèle avec la production et la distribution

centralisées d'émissions de langue française, cela présente un problème à résoudre en matière de création d'émissions qui répondent aux besoins de tous les marchés dans la province. Cela influe également sur la quantité totale d'émissions disponibles aux fins d'analyse.

Services télévisuels sélectionnés pour l'étude

Le Groupe de travail a conclu que seuls les services de langue anglaise et de langue française de la télévision générale et spécialisée canadienne (comme il a été indiqué ci-dessus) feraient l'objet de l'analyse. Les services offerts dans une langue tierce, comme ceux fournis par des services de radiodiffusion ethniques spécialisés, ont été exclus, tout comme l'ont été les services de télévision payante et les services numériques spécialisés et à la carte. Les émissions dans une langue tierce qui pourraient comprendre une part des services de télévision générale et spécialisée en anglais ou en français ont été également exclues. Comme nous l'avons déjà dit, 27 services de télévision générale représentant un éventail de tailles de marchés, de régions et de groupes de propriétaires ont été sélectionnés. Quarante-cinq services de télévision spécialisée ont été sélectionnés. (La liste complète des services sélectionnés se trouve dans la Phase V, Analyse du contenu, pp. 135-136.)

En outre, un échantillon d'émissions du Aboriginal Peoples Television Network, ou APTN, a été inclus dans l'analyse. Le Groupe de travail était d'avis que l'apport important et unique de ce réseau au système de télédiffusion canadien justifiait une analyse spéciale.

De plus, les conclusions découlant de la recherche en ce qui a trait à la présence et à la représentation des peuples autochtones, justifient une discussion distincte dans le contexte du présent rapport. Cette discussion se trouve plus bas à la section Conclusions découlant de la recherche.

Émissions sélectionnées

Les émissions non canadiennes n'ont pas été incluses dans l'échantillonnage. Le Groupe de travail, tout en étant conscient que les téléspectateurs canadiens ont facilement accès aux émissions et aux services américains, a conclu que les services et le contenu non canadiens ne devraient pas être inclus dans l'échantillonnage car les radiodiffuseurs canadiens n'ont aucun contrôle sur le contenu non canadien, et par conséquent aucun contrôle sur la représentation et la présence de la diversité culturelle dans ce contenu.

En outre, les services de télévision publics, comme Radio-Canada et la CBC, ont été exclus dans l'échantillonnage car les directives données par le CRTC concernant l'élaboration du plan d'action et la mise sur pied du Groupe de travail visaient la télévision privée.

De plus, le Groupe de travail a jugé que la publicité n'entrait pas dans les paramètres de cette étude.

Par ailleurs, le pourcentage du contenu canadien varie entre les services de télévision générale et spécialisée, et varie aussi selon que le marché étudié est de langue anglaise ou française.

En se fondant sur les discussions avec l'équipe de recherche et l'examen des études effectuées précédemment, les genres d'émissions suivantes ont été inclus dans l'étude. (Le Groupe de travail souligne que ces catégories suivent de près les catégories de contenu d'émissions établies par le CRTC.)

- Actualités, y compris les journaux télévisés locaux et nationaux, les informations matinales, p. ex. :
 - ¶ *CTV News, Global National, TVA, édition Réseau, Le Grand Journal*
 - ¶ *CTV Newsnet, CP24, Le Canal Nouvelles*
 - ¶ *Canada AM, Breakfast Television, Salut Bonjour*
- Autres émissions d'information, y compris documentaires, religion, éducation, nouvelles du sport, météo, émissions-débats sur les affaires publiques, p. ex. :
 - ¶ *Tournants de l'histoire; Technofolie; Sexe et Confidences; Jardinons avec Albert;*
 - ¶ *This Week in Business; 100 Huntley Street; Pet Guys; Decorating Challenge; Sportsnet News, Sportscentre.*
- Dramatiques, y compris les comédies, les miniséries, les téléfilms, les émissions animées s'adressant aux adultes, les longs métrages passant à la télévision, p. ex. :
 - ¶ *Trailer Park Boys; Blue Murder; Relic Hunter; Bob and Margaret; Rock Point PD;*
 - ¶ *Histoire de filles; Deux Frères; Andromeda; Dominic et Martin; Série du peuple.*
- Autres émissions de divertissement, comme les émissions-débats, variétés, spectacles de musique, sketches comiques, jeux-questionnaires, divertissement général, p. ex. :

- *Les Divas du Québec, Fun Noir; Planète Pub; Deux Filles le Matin; Surprise, Surprise; Musicographie;*
 - *E-Talk; Best of Star TV; Electric Circus; Comedy Now; Cooking for Love; Movie TV.*
- Émissions pour enfants – Dramatiques, y compris séries dramatiques et humoristiques, émissions et films animés, p. ex. :
 - *Care Bears; Goosebumps; New Addams Family; Big Comfy Couch; Jacques Cousteau's Ocean Tales;*
 - *Caillou; REAL-TV; Le Loup-garou du campus; Unité 156; Aventures dans le monde perdu.*
- Émissions pour enfants – Autres (services de langue anglaise hors de la catégorie du CRTC des dramatiques pour enfants; il n'y a pas eu d'échantillon suffisant d'émissions pour créer une catégorie équivalente en langue française), p. ex. :
 - *Video and Arcade Top Ten; Popular Mechanics for Kids; Ants in Your Pants; Uh Oh!.*

Le Groupe de travail a également discuté de l'exclusion d'émissions sélectionnées et, en fin de compte, trois secteurs de contenu ont été exclus de l'analyse : ciné-actualités, matchs sportifs commentés et publi-reportages.

En ce qui a trait aux émissions d'actualités, les évaluations de la présence comprenait le dénombrement des personnes agissant comme présentateurs, animateurs, experts/invités, reporters/intervieweurs, vedettes de l'actualité, auditoire et témoins. Bien que le Groupe de travail ait déterminé que l'analyse du contenu des actualités dépassait la portée de la recherche, nous remarquons qu'il serait peut-être bon d'examiner le contenu des actualités ultérieurement. Comme il est mentionné plus bas dans le présent rapport, des groupes de consultation estimaient que le contenu des actualités posaient problème quant à la présence et à la représentation de la diversité culturelle.

Les matchs sportifs commentés, les vidéoclips musicaux et aussi les interludes, le matériel d'intermède et d'autres émissions plus courtes que 15 minutes ont été considérés par le Groupe de travail comme des blocs d'émissions qui donnaient peu d'information utile à une analyse de la diversité culturelle, et ont été exclus de l'étude

Point de mire de l'analyse et base de mesure

Le Groupe de travail a décidé que l'analyse du contenu s'appuierait sur des enregistrements visuels de minorités ethnoculturelles et raciales et de peuples autochtones.

Comme on l'a déjà dit, il a été décidé d'inclure les minorités visibles – mais non audibles – dans l'étude. Le Groupe de travail a déterminé qu'inclure les minorités audibles posait des difficultés, en partie, à cause de la difficulté à déterminer exactement l'origine des accents, c.-à-d., si un accent est serbe ou macédonien, croate ou bulgare, etc.

En outre, il a été décidé que *tous les rôles parlants* seraient inclus comme base de mesure. C'est une méthode que l'on utilise communément dans les analyses de contenu des émissions et, bien qu'il soit nettement intéressant d'examiner des rôles non parlants (comme l'origine ethnoculturelle du rôle du policier « silencieux » ou du rôle du criminel), le Groupe de travail a déterminé que cela élargirait trop l'échantillon pour gérer l'analyse.

Conclusions découlant de la recherche

Dans diverses régions du monde, comme l'Europe, l'Australie et les États-Unis, le sujet de la diversité culturelle et de la télédiffusion a attiré l'attention des universitaires, des chercheurs sociaux, des décideurs publics, de chefs d'entreprise et de citoyens. Le Canada n'est pas le seul à relever les défis et à saisir les possibilités d'une réalité sociale en évolution.

Ainsi, il existe un ensemble important et croissant de recherches internationales sur le sujet de la diversité culturelle et des médias. De nombreuses études de premier plan sont incluses dans l'examen de la documentation présentée à la Phase I, Étude de la documentation et de la recherche, en annexe.

La recherche entreprise par le Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision est « une des études les plus détaillées sur la diversité culturelle jamais entreprise ici ou ailleurs » (ACR 2003). L'étendue de la recherche est hors pair en ce qu'elle combine des méthodes qualitatives et quantitatives, et de manière générale, elle a saisi l'essence de la diversité culturelle à la télévision privée canadienne.

Dans la section qui suit, le Groupe de travail présente un résumé des conclusions importantes découlant de la recherche. Toutefois, nous avertissons qu'il s'agit d'un aperçu des conclusions principales. Nous demandons à chaque lecteur d'examiner attentivement les rapports de

recherche ci-joints, qui fournissent une analyse plus approfondie, plus riche et plus concrète qu'un simple aperçu peut donner.

Ceci étant dit, le Groupe de travail souligne que les conclusions de notre recherche étayent nos recommandations quant aux pratiques exemplaires et aux initiatives de l'industrie, qui suivent à la Partie Quatre du présent rapport.

Nous n'avons jamais eu l'intention de lancer les conclusions de la recherche dans le vide. Mais plutôt, de l'opinion fortement ancrée du Groupe de travail, les conclusions, convaincantes et importantes en soi, serviront d'instrument essentiel pour trouver des façons d'améliorer la présence et la représentation de la diversité culturelle à la télévision canadienne et créer ainsi un changement important au sein de l'industrie de la radiodiffusion.

En d'autres termes, les conclusions découlant de la recherche représentent un point de départ.

Étude de la documentation et de la recherche

Comme il a été noté ci-dessus, l'étude de la documentation et de la recherche comprenait trois éléments.

D'abord, l'étude de la documentation existante portait sur des écrits universitaires, des études effectuées sur les médias, des articles d'information et des rapports d'organisations non gouvernementales (ONG) au Canada et à l'échelle internationale. Cette approche a permis de donner un contexte et des renseignements sur les thèmes communs de la présence et des problèmes systémiques liés à la diversité culturelle et la télévision.

Deuxièmement, l'aperçu de la situation dans d'autres pays résume les questions relatives aux médias et à la diversité au Royaume-Uni, en Australie, aux États-Unis et dans des pays appartenant à l'Union européenne. Malgré les différences dans la structure de la population et les politiques connexes en matière d'immigration, ces régions du monde font face à des problèmes impérieux similaires en matière de représentation des minorités ethnoculturelles à la télévision.

Et troisièmement, l'équipe de recherche a résumé les analyses du contenu les plus récentes concernant la représentation de la diversité culturelle à la télévision, sur lesquelles s'est fondé le cadre de l'analyse pour cette étude. Toutes les études pertinentes entreprises jusqu'à présent ont été incluses aux fins d'examen dans ce module de recherche.

Entrevues individuelles avec les parties intéressées - Conclusions

Comme élément qualitatif essentiel de l'étude, l'équipe de recherche a mené 54 entrevues avec des parties intéressées provenant de l'industrie de la radiodiffusion et des secteurs d'activités connexes, d'organismes ethnoculturels et autochtones canadiens et d'autres spécialistes provenant du milieu de la production et des universitaires.

Principaux objectifs de cette phase :

- Obtenir des opinions sur l'état actuel de la représentation de la diversité culturelle et raciale à la télévision privée canadienne; (cf. Phase 3 en référence)
- Détecter les obstacles perçus empêchant l'amélioration de la représentation et de la présence des minorités;
- Obtenir des suggestions quant aux améliorations.

Il est à souligner que la plupart des groupes et personnes abordés ont également été inclus dans une série de consultations de suivi sur les pratiques exemplaires et les initiatives de l'industrie menées par le Groupe de travail en avril 2004.

En général, les sujets interrogés s'accordent pour dire « qu'il s'est produit des améliorations (de la représentation de la diversité culturelle à la télévision) dans les 10 dernières années, mais qu'il y a encore du chemin à faire ». Les groupes ethnoculturels autochtones, arabes et musulmans étaient plutôt en désaccord, laissant entendre qu'au contraire moins de progrès a été réalisé au cours des 10 dernières années.

Dans les émissions de langue anglaise, selon les sujets interrogés, les actualités auraient fait quelques progrès, mais il y aurait encore trop peu de décideurs et de spécialistes issus de minorités raciales. Les émissions pour enfants auraient fait plus de progrès, tandis que les émissions dramatiques auraient fait le moins de progrès.

En ce qui a trait aux dramatiques de langue anglaise, les répondants se soucient du manque de représentation des minorités participant aux décisions relatives à la distribution et à la scénarisation, ainsi que de l'existence de « bassins limités » d'acteurs chevronnés. Ces deux éléments étaient considérés comme deux obstacles importants et des domaines nécessitant nettement de l'amélioration.

Les émissions en langue française ont fait l'objet de critiques plus générales de la part des interrogés concernant le manque de progrès, mais les

radiodiffuseurs de langue française ont fait remarquer que le marché limité constitue une raison principale du manque de représentation de la diversité.

APTN a fait l'objet de louanges pour sa forte représentation de collectivités et de cultures autochtones, bien que les interrogés autochtones perçoivent le réseau comme marginalisé et sous-utilisé comme ressource par les services des réseaux principaux.

Les interrogés ont fait plusieurs suggestions pour améliorer la présence et la représentation de la diversité culturelle à la télévision que le Groupe de travail a utilisées comme ligne de conduite dans l'élaboration des recommandations des pratiques exemplaires et des initiatives de l'industrie. Celles-ci comprennent plus de stages et de liens de mentorat et l'établissement d'une base de données composée d'acteurs, de réalisateurs, de producteurs et de spécialistes de groupes ethnoculturels du Canada.

Groupes de consultation auprès des téléspectateurs – Conclusions

Comme il a été indiqué plus haut, le Groupe de travail a bien orienté l'équipe de recherche en établissant 20 groupes de consultation dans tout le Canada et en s'assurant d'inclure une forte représentation des groupes des minorités visibles; provenant de marchés importants ayant des populations très diversifiées; et d'une gamme de sous-groupes en ce qui a trait à l'âge, au sexe et au pays d'origine.

Les groupes de consultation ont été tenus du 13 au 28 mai 2003 à Toronto, à Vancouver, à Winnipeg, à Montréal, à Québec et à Halifax. En tout, 150 Canadiens aux origines diverses y ont participé, notamment des Autochtones, des Asiatiques du Sud-Est, des Chinois, des Asiatiques du Sud, des Noirs, d'Afrique/des Caraïbes, des Latino-Hispaniques et des Moyen-Orientaux.

À plusieurs égards, les conclusions de cette partie de notre recherche forment le cœur et l'esprit de l'étude en général.

Au sein des groupes de consultation, les opinions et les perspectives étaient aussi diversifiées que les groupes eux-mêmes. L'équipe de recherche a remarqué l'intensité et l'emballement à ce propos dont ont fait montre les groupes de consultation, preuve encore plus grande que la présence et la représentation de la diversité culturelle à la télévision a une incidence directe sur la vie de nombreux Canadiens.

L'équipe de recherche a décelé des points de vue fortement ancrés parmi les répondants des groupes de consultation en ce qui a trait à la présence et à la représentation des minorités ethnoculturelles et des peuples autochtones à la

télévision; quelques citations de répondants tirées de la Phase IV, Groupes de consultation en annexe sont fournies ci-dessous.

Les stéréotypes constituent un problème.

« Le gars d'origine chinoise parle toujours avec le même accent ou occupe un certain type d'emploi. C'est toujours la même farce. » (Toronto, origine chinoise)

« Les Latinos à la télévision ne sont pas représentatifs de notre communauté. On les montre comme de jeunes voyous violents. Nous ne sommes pas tous comme ça. » (Montréal, origine hispanique)

« Il est toujours le trafiquant de drogues ou l'auteur de menus larcins. Ou l'homme à tout faire du Blanc. » (Halifax, Canadien noir)

« Les femmes sont illettrées et ignorantes. Ce sont des machines à fabriquer des bébés. » (Montréal, origine du Moyen-Orient)

« Les Mexicains sont des tueurs froids et violents ... Les Colombiens sont les rois de la drogue. » (Toronto, origine hispanique)

« Les Indiens s'écroulent sur la rue North Main. » (Winnipeg, origine autochtone)

La représentation négative et inexacte pose un problème.

« Chaque fois que vous voyez un Autochtone dans une dramatique, ils se croient obligés de le montrer comme un Autochtone, il ne peut pas être tout simplement un gars ordinaire. » (Winnipeg, origine autochtone)

« Des gars méchants et mauvais, de rudes lascars, des fiers-à-bras. » (origine sud-asiatique)

« Je pense que ce sont toujours des émissions qui se veulent drôles. Ça tourne toujours à la blague, ce qui m'irrite un peu. » (Montréal, origine asiatique)

« Vous n'en voyez pas beaucoup (culture d'origine du Moyen-Orient) et ce que vous voyez est très négatif, que du terrorisme et des bombes. » (Halifax, groupe mélangé de néo-Canadiens)

La sous-représentation de nombreuses minorités est une question sérieuse.

« Y a-t-il une émission canadienne qui a une personne asiatique? » (Vancouver, origine chinoise)

« Je ne vois jamais de personne à la peau foncée. Il n'y a pas beaucoup de diversité, et lorsque vous en avez, c'est des gens à la peau claire avec des cheveux frisés ». (Halifax, Canadien noir)

« ... quand ils parlent d'un Arabe, ils ne disent pas qu'il est Marocain ou Algérien ... Ça me dérange. Ils disent toujours « d'origine arabe », parce que c'est plus rapide et qu'ils ne font pas de distinction. » (Montréal, origine du Moyen-Orient)

La représentation déséquilibrée dans les journaux télévisés constitue une préoccupation grave.

« Ouais, ils ne disent jamais "un gars a tiré sur un policier." Ils disent un Autochtone a tiré sur un policier. » (Winnipeg, origine autochtone)

« Ils rapportent toujours des faits négatifs sur les Noirs dans les actualités. » (Halifax, Canadien noir)

Il n'y a pratiquement pas de représentation autochtone à la télévision, et la plupart des représentations sont très stéréotypées.

« Je pense que les martiens sont probablement plus représentés à la télévision que le peuple autochtone. » (Vancouver, origine autochtone)

En général, les groupes de consultation ont été unanimes dans leurs opinions, à savoir qu'il est essentiel de représenter la diversité du Canada à la télévision, en indiquant qu'une représentation de qualité est une question d'estime de soi, de validation et de sentiment d'appartenance et de communauté. Il y a également eu un consensus selon lequel la représentation s'est améliorée au cours des 15 à 10 dernières années, mais il y a un désir indéniable de plus : plus de présence et plus de représentation exacte.

Mais bien que les participants aux groupes de consultation aient exprimé le désir d'une représentation exacte – personnes laborieuses, couronnées de succès, respectueuses de la loi, axées sur la famille, etc. – il n'y a eu aucun consensus sur ce que comprend une représentation exacte. Toutefois, selon tous, il est clair qu'il y a trop de stéréotypes dans l'image de la diversité, et que par conséquent la télévision perpétue ainsi des stéréotypes.

Par exemple, plusieurs répondants dans les groupes de consultation ont déclaré que les communiqués d'information sont pour la plupart exacts, mais la manière dont les personnes d'origine ethnoculturelle ou autochtone sont décrites est souvent déséquilibrée. (À nouveau, nous soulignons que le contenu des actualités ne fait pas partie de cette étude. Toutefois, les conclusions de cette partie de notre recherche indiquent vraiment la nécessité d'une étude supplémentaire dans ce domaine.)

En ce qui a trait aux services et à la programmation, les participants des groupes de consultation ont indiqué la perception selon laquelle la diversité se voit principalement dans les émissions d'actualités ou les services multiculturels. Selon une opinion générale, il y a une plus grande diversité dans les émissions d'actualités locales au sein des principaux marchés.

Dans un thème qui transparaît dans les conclusions de cette étude, les peuples autochtones ont été plus souvent identifiés comme gravement sous-représentés à la télévision. Il y a eu d'autres perceptions selon lesquelles les Canadiens d'origine asiatique, hispanique et du Moyen-Orient sont absents ou grandement sous-représentés. Seule la communauté noire a été vue comme bien représentée, une perception étayée par les conclusions de l'analyse du contenu décrite ci-après.

Comme observation générale tirée de ce segment critique de la recherche, nous notons que les Canadiens de diverses origines culturelles ont exprimé une insatisfaction générale de ne pas « se voir eux-mêmes », souvent ou de façon assez exacte, à la télévision canadienne.

Analyse du contenu - Conclusions

Comme il a été souligné plus haut, la partie Analyse du contenu de la recherche a évolué en un portrait d'ensemble représentatif et solide sur le plan de la méthodologie de la diversité culturelle à la télévision canadienne.

Une fois de plus, comme dans chaque cas, le Groupe de travail encourage une lecture attentive du rapport de recherche complet, car la profondeur de l'analyse met cette recherche parmi les projets imminents de ce genre sur le plan international.

Comme il a été indiqué, l'analyse quantitative a été fondée sur 330 heures d'émissions tirées de 72 services de télévision générale et spécialisée de langue anglaise et de langue française, avec 6 123 rôles parlants dans 462 émissions. En outre, une analyse distincte a été menée pour les émissions d'APTN, ce qui porte le nombre total de services télévisuels analysés dans l'échantillon à 73.

Remarques sur la méthodologie

Les méthodologies appliquées à l'analyse de la programmation, y compris la sélection d'émissions, la conception de l'étude et de codage, sont entièrement décrites aux pages 133 à 145 de la Phase V, Analyse du contenu, en annexe.

Afin de constituer un échantillon d'émissions aux fins d'analyse, l'équipe de recherche a créé une base de données permanentes comportant 7 403 émissions au total. Une approche d'échantillonnage aléatoire perfectionnée et stratifiée a été appliquée à chaque catégorie d'émissions, de sorte que l'échantillon final d'émissions à analyser soit représentatif de l'univers des émissions disponibles. En outre, tout recoupement d'émissions a été éliminé de l'échantillon, de sorte qu'une émission individuelle serait analysée une seule fois.

Le Groupe de travail indique que le gros des émissions a été recueilli du 5 mai 2003 au 1^{er} juin 2003.

Les émissions recueillies et analysées pour cette recherche constituent un échantillon représentatif de la saison de télévision de 2002-2003. Le Groupe de travail fait remarquer que les émissions recueillies et ensuite échantillonnées au hasard et analysées à partir d'une période plus précise dans l'année de radiodiffusion, comme pendant les périodes de pointe (périodes d'évaluation des cotes d'écoute) ou pendant la saison des Fêtes, pourraient produire éventuellement des résultats différents.

Bien entendu, le Groupe de travail insiste sur le fait que la seule façon de mesurer le progrès de la présence et de la représentation de groupes ethnoculturels et de peuples autochtones à la télévision canadienne est de reprendre périodiquement l'analyse du contenu dans les années à venir. Un délai viable pour la reprise et la mesure subséquente du progrès serait de trois à quatre ans à partir de mai-juin 2003, c.-à-d. la saison de télévision de 2006-2007.

Toute reprise devrait tenir compte des méthodologies et des cadres d'échantillons appliqués à la recherche initiale.

Résultats de codage

L'analyse de la visualisation et du codage de l'échantillon d'émissions comprenait la méthodologie principale appliquée à l'étude. Une équipe de neuf codeurs (cinq en anglais, quatre en français) était dirigée par un superviseur du codage bilingue, et les origines des codeurs étaient diverses, dont des personnes d'origine philippine, haïtienne, chinoise et syrienne.

Afin d'établir une fiabilité entre les codeurs pour l'étude, 17 pour cent des émissions ont fait l'objet de codage de correction indépendant. L'étude a atteint un accord moyen de 93,3 pour cent parmi toutes les variables de codage, une cote extrêmement élevée.

Une partie du défi du Groupe de travail en ce qui a trait à l'analyse du contenu a été de déterminer un repère fiable par rapport auquel les mesures de l'image, c'est-à-dire la présence de la diversité, dans cette étude pourrait être comparée.

Les mesures de la proportion de la population déterminées par Statistique Canada dans le recensement de 2001 ont été utilisées comme repère statistique de comparaison. Pour le Canada, à l'exclusion du Québec, la proportion de population à patrimoine ethnique, racial et autochtone est de 19,3 pour cent. Pour le Québec, la proportion de la population à patrimoine ethnique, racial et autochtone est de 7,9 pour cent. La différence entre l'incidence de la diversité culturelle dans le contenu des émissions et le repère de la population s'appelle « écart de présence ».

Sur six catégories d'émissions en langue anglaise, il y avait des écarts de présence dans toutes les catégories, c.-à-d. la présence mesurée de la diversité était inférieure à celle du repère de 19,3 pour cent dans toutes les catégories.

Sur cinq catégories en langue française, il y avait des écarts de présence dans trois catégories, c.-à-d. la présence mesurée de la diversité ethnoculturelle et autochtone était inférieure au repère de 7,9 pour cent dans trois catégories.

<u>Langue anglaise</u>	<u>Incidence</u>
Actualités	9,0 %
Autres informations	13,7 %
Dramatiques	13,5 %
Autres divertissements	18,7 %
Dramatiques pour enfants	12,3 %
Autres émissions pour enfants	15,9 %

Repère : 19,3 %

Par exemple, 13,5 pour cent des rôles parlants dans les émissions dramatiques de langue anglaise appartiennent à des minorités visibles. (Phase V, Analyse du contenu, p. 10)

<u>Langue française</u>	<u>Incidence</u>
Actualités	1,6 %
Autres informations	7,1 %
Dramatiques	11,6 %
Autres divertissements	4,4 %
Dramatiques pour enfants	8,4 %

Repère : 7,9 %

Par exemple, 8,4 % des rôles parlants dans les émissions dramatiques de langue française pour enfants appartiennent à des minorités visibles (Phase V, Analyse du contenu, p. 11)

Présence et représentation – Émissions en langue anglaise

Les chiffres ci-dessus donnent un aperçu des révélées par l'analyse du contenu. En fait, l'équipe de recherche a analysé chaque catégorie d'émission en profondeur, tant pour la présence (c.-à-d. le nombre de minorités ethnoculturelles et raciales à l'écran) que pour la représentation (c.-à-d. rôle joué, traits de caractère montrés chez un personnage), ainsi que de nombreuses mesures, donnant certains résultats très importants dans chaque catégorie.

Les conclusions clés dans chaque catégorie sont décrites plus bas, soit les mesures les plus prédominantes trouvées dans la recherche. Une fois de plus, le Groupe de recherche souligne que la Phase V du rapport sur l'analyse du contenu, en annexe, fournit des détails complets de l'étude.

Par exemple, les groupes ethnoculturels et peuples autochtones représentent 9 pour cent de toutes les apparitions dans les actualités en langue anglaise, un écart important par rapport à un repère de 19,3 pour cent. Cependant, l'écart diminue lorsque l'on mesure les présentateurs/animateurs où la fréquence s'élève à 12,3 pour cent et tombe à 4,4 pour cent lorsque l'on mesure les apparitions d'experts/invités issus de minorités visibles. (Rapport de la Phase V, p. 24)

Pour les autres émissions d'information en langue anglaise, l'ensemble de la présence s'établit à 13,7 pour cent. Ce chiffre tombe à 7,8 pour cent dans le cas de la présence des minorités visibles à titre de présentateurs/animateurs. (Rapport de la Phase V, p. 35)

Pareillement, bien que 13,5 pour cent de toutes les apparitions dans les dramatiques de langue anglaise étaient faites par des minorités visibles, ce

chiffre tombe à 10,3 pour cent pour le personnage principal. En d'autres termes, les minorités visibles étaient « moins susceptibles » de détenir des rôles principaux dans les émissions dramatiques. (Rapport de la Phase V, p. 45)

Quant aux émissions dramatiques de langue anglaise pour enfants, bien que l'ensemble de la présence des minorités visibles s'établisse à 12,3 pour cent, la fréquence grimpe à 12,7 pour cent de tous les rôles principaux. Ainsi, les minorités visibles sont « plus susceptibles » de détenir le rôle principal dans les dramatiques pour enfants que dans les émissions dramatiques visant les adultes. (Rapport de la Phase V, p. 69)

En ce qui a trait aux mesures de la représentation, les minorités visibles étaient « quelque peu plus susceptibles » d'être associées à des récits et des contextes reliés aux arts/divertissements, aux accidents/catastrophes, à la religion et à la guerre dans les actualités et les émissions d'autres informations de langue anglaise. (Rapport de la Phase V, pp. 28-29, 39)

Dans les dramatiques de langue anglaise, les minorités visibles étaient « quelque peu plus susceptibles » d'être présentées dans des rôles de criminels, de policiers ou de personnel d'urgence. Les mesures qualitatives ont donné une proportion légèrement inférieure de personnages des minorités visibles considérés comme « intelligents » ou « couronnés de succès », tandis qu'une plus grande proportion a été considérée comme « menaçants » (Rapport de la Phase V, p. 54)

La représentation dans les dramatiques de langue anglaise pour enfants a été plus positive, où les minorités visibles étaient prédominantes dans les rôles principaux et « plus susceptibles » d'être représentées comme des personnages « attentionnés », « respectueux » et « couronnés de succès » que les personnages non minoritaires. (Rapport de la Phase V, p. 75)

Sommaire de la présence et de la représentation – Émissions en langue française

Les actualités en langue française ressortent comme ayant le plus grand écart de présence, avec 1,6 pour cent de toutes les apparitions faites par les minorités visibles, tombant à 0 pour les présentateurs/animateurs, et 0,7 pour cent pour les spécialistes/invités. (Rapport de la Phase V, p. 90)

Les autres émissions d'information de langue française démontrent une plus forte représentation des minorités visibles à 7,1 pour cent, qui tombe à 5,5 pour cent pour les présentateurs/animateurs et à 4,8 pour cent pour les experts/invités. (Rapport de la Phase V, p. 96)

Dans les dramatiques de langue française, les minorités visibles représentaient 11,6 pour cent de toutes les apparitions tandis que les dramatiques pour enfants en français affichaient une représentation au-dessus de la moyenne de 8,4 pour cent. Dans les deux catégories d'émissions, les minorités visibles comptent un nombre inférieur de personnages principaux, à 8,6 pour cent et à 5,3 pour cent, respectivement. (Rapport de la Phase V, pp. 96, 128)

Quant aux mesures de la représentation, les minorités visibles sont « quelque peu plus susceptibles » d'être associées aux récits sur la famille, les arts/les divertissements dans les émissions d'autres informations en langue française. Dans les émissions dramatiques en français, les minorités visibles sont « quelque peu plus susceptibles » d'être montrées parlant avec des accents et dans des environnements ruraux. Cependant, les minorités visibles sont « plus susceptibles » d'apparaître comme des protagonistes (dans une optique positive) et représentés comme « respectés ». (Rapport de la Phase V, pp. 99, 108-114).

Écarts cruciaux

L'analyse du contenu résumée ci-dessus révèle trois écarts clés : i) Rôles de spécialistes dans les actualités en langue anglaise; ii) Rôles principaux dans les actualités en langue française; et iii) Rôles principaux dans les dramatiques en langue anglaise.

La recherche a donné des résultats plus positifs dans les émissions pour enfants, situation encourageante en termes de présence et de représentation en particulier.

En ce qui a trait aux écarts globaux relativement aux origines ethnoculturelles, le Groupe de travail en est arrivé à deux conclusions importantes et prioritaires dans ses pratiques exemplaires et initiatives de l'industrie.

D'abord, l'unique groupe le plus important de minorités visibles au Canada est composé de Canadiens d'origine asiatique et sud-asiatique, y compris les Chinois, les Vietnamiens, les Philippins et les Coréens – soit quelque 1,7 million de Canadiens, selon le recensement de 2001. Cependant, même avec cette proportion importante, leur population est beaucoup moins susceptible d'être représentée à l'écran.

Deuxièmement, et peut-être la plus problématique de toutes les conclusions, se rapporte à la présence à l'écran des peuples autochtones du Canada. Sur 10 des 11 genres étudiés dans les deux langues, la fréquence de la présence des peuples autochtones est inférieure à 1 % du total (ou inférieure à un tiers de la présence proportionnelle des peuples autochtones dans la population en général) (Rapport de la Phase V, pp. 131-132).

La sous-représentation des peuples autochtones n'a pas été mesurée seulement dans la recherche quantitative ou soulevée par les participants autochtones dans les groupes de discussion. C'est un des points sensibles soulevés par les participants issus de nombreuses autres origines ethnoculturelles.

Écart crucial : présence autochtone; le rôle d'APTN

Sans le réseau Aboriginal Peoples Television Network (APTN), la présence des peuples autochtones du Canada serait négligeable à la télévision privée canadienne.

Afin de vérifier la présence des peuples autochtones à la télévision, l'équipe de recherche a retiré APTN de l'analyse du contenu des émissions en général. Cette mesure a été prise parce que la présence d'APTN dans l'analyse globale biaiserait les résultats d'une façon qui aurait pu rendre la présence des peuples autochtones à la télévision plus importante qu'elle ne l'est en vérité. Par conséquent, l'analyse du contenu présentée dans la Phase V, Analyse du contenu ne comprend pas APTN; ainsi, la présence des peuples autochtones dans chaque catégorie d'émission mesurée est extrêmement faible. (Rapport de la Phase V, p. 130)

L'équipe de recherche a effectué une analyse distincte d'APTN pour évaluer l'incidence d'APTN sur la présence des peuples autochtones si APTN était inclus dans chaque catégorie d'émissions mesurée.

La principale conclusion de cette analyse distincte est la suivante : APTN enrichit énormément l'image des peuples autochtones à l'écran, si l'on compte ce réseau dans l'analyse de l'échantillonnage d'émissions recueillies. Par exemple, le pourcentage des rôles parlants joués par les peuples autochtones dans les autres émissions d'information de langue anglaise augmente de 0,5 pour cent à 3,7 pour cent lorsque APTN est inclus. (Rapport de la Phase V, p. 131)

Pareillement, le pourcentage des rôles parlants joués par les peuples autochtones dans les dramatiques de langue française pour enfants passe de 0,4 pour cent à 5,4 pour cent lorsque APTN est inclus. (Rapport de la Phase V, p. 132)

Comme il est mentionné au début du présent rapport, la *Loi sur la radiodiffusion* déclare que le système de radiodiffusion devrait « refléter la condition et les aspirations ... dans la société canadienne ... ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones ». Le Conseil a réitéré cette

notion dans diverses politiques et procédures et des services de diffusion autochtones ont été autorisés par le CRTC.

La sous-représentation des peuples autochtones à la télévision canadienne – peuple dont la représentation serait presque inexistante sans la présence d’APTN – constitue une préoccupation cruciale pour le Groupe de travail. Ce problème est à rectifier en priorité, et nécessitera la volonté collective des secteurs de la production et de la radiodiffusion, ainsi que le soutien et la participation des grandes organisations et associations autochtones.

Examen des pratiques exemplaires - Conclusions

Dans le cadre de la conception de la recherche, le Groupe de travail a déterminé qu’un examen des pratiques exemplaires dans de nombreux endroits fournirait des renseignements précieux pour notre propre exercice sur les pratiques exemplaires.

Nous avons décidé que cet examen devrait être modelé sur une série d’études de cas, utilisant des exemples de sociétés canadiennes autres que de la radiodiffusion, comme la Banque de Montréal, des multinationales comme Eastman Kodak et des sociétés de communications, comme BBC et Gannett.

Fait intéressant, ce travail qui d’après toutes les personnes participant à l’étude devait être un module très simple et informatif, s’est révélé être l’un des domaines les plus difficiles de la recherche. Cette difficulté découlait d’un certain degré de réticence de la part de nombreuses sociétés sélectionnées à partager leurs approches et/ou programmes internes relatifs aux pratiques exemplaires, étant donné les questions de confidentialité et de concurrence. (En fait, cette réticence étaye notre perception générale selon laquelle la diversité culturelle est bonne pour les affaires.)

Malgré cet obstacle imprévu, 15 cas types de pratiques exemplaires élaborées par des sociétés chefs de file dans le domaine de la diversité culturelle ont été examinés. Des entreprises autres que de radiodiffusion ont été sélectionnées selon leur classement par Diversityinc.com, une grande publication américaine qui publie une liste annuelle des 50 premières sociétés choisies selon leurs programmes sur la diversité ethnoculturelle et raciale.

Les 15 cas types ont été les suivants :

Communications

Sociétés canadiennes

Multinationales

ABC	Banque de Montréal	Eastman Kodak
NBC	N. Yanke Transfer	JP Morgan Chase
BBC	Xerox	Proctor & Gamble
Channel 4	IBM Canada	Prudential Financial
Carlton Television		
Gannett		
Tribune		

En bref, cinq « pierres angulaires » sont ressorties comme éléments clés de tout plan réussi sur la diversité :

- 1) L'engagement des cadres supérieurs
- 2) Le lien entre diversité et réussite financière
- 3) Objectifs relatifs à la diversité et compensation financière
- 4) Tables rondes d'entreprises sur les questions de diversité
- 5) Conseils sur la diversité

Les pratiques et les initiatives clés sur la diversité dans le secteur des émissions de divertissement comprenaient plus particulièrement :

- 1) Objectifs d'embauche
- 2) Mise en valeur des talents
- 3) Programmes de stage et de mentorat
- 4) Travail avec le secteur de la production indépendante

Les pratiques et les initiatives clés sur la diversité appliquées particulièrement aux émissions d'actualités comprenaient :

- 1) Des forums sur la diversité
- 2) Des banques d'experts
- 3) Des programmes de stage
- 4) La surveillance des programmes d'actualités

Le Groupe de travail souligne que les leçons tirées des travaux entrepris dans ce domaine de l'étude ont été très constructives, et extrêmement précieuses pour l'élaboration de nos pratiques exemplaires et initiatives de l'industrie pour la diversité culturelle à la télévision canadienne.

Partie Quatre – Pratiques exemplaires et initiatives de l'industrie

De la recherche ont émergé plusieurs forces qui influencent, ou n'arrivent pas à influencer, la présence et la représentation de la diversité culturelle à la télévision canadienne. Cette section de notre rapport traite de notre approche, de notre perspective et des recommandations concrètes pour l'élaboration d'une vaste série de pratiques exemplaires et initiatives de l'industrie. Ces dernières ont été conçues comme un outil à adopter par l'industrie de la radiodiffusion canadienne afin d'améliorer l'avancement et l'amélioration de la présence et de la représentation de la diversité culturelle à la télévision.

Par conséquent, les pratiques exemplaires et initiatives de l'industrie à suivre ont pour but non seulement de traiter les écarts ou les faiblesses émergeant de la recherche, mais aussi de renforcer les dimensions positives actuelles de la diversité culturelle à la télévision.

Le Groupe de travail souligne qu'il n'appuie ni ne recommande l'établissement d'objectifs ou de quotas réglementaires afin de remédier aux problèmes concernant la présence de la diversité culturelle à la télévision canadienne.

Des objectifs ou quotas imposés par les hautes instances plutôt que conçus et mis en œuvre à l'interne, à partir de la base, ne sont pas des moyens efficaces d'amener le changement.

En réalité le changement et l'amélioration de la dynamique de la diversité culturelle à la télévision canadienne nécessitent un engagement profond à long terme. Des objectifs imposés fournissent tout au plus un palliatif et ainsi ne peuvent apporter de solutions efficaces durables.

Démarche du Groupe de travail vers les pratiques exemplaires et initiatives de l'industrie

Le système de radiodiffusion canadien est une industrie très complexe composée d'une gamme d'entreprises allant de grandes sociétés présentes sur des marchés multiples à de plus petites sociétés dans des marchés uniques. Par ailleurs, comme il a été décrit plus haut, il y a des différences considérables entre les segments de marché au Canada, dont non les moindres sont des différences importantes entre les marchés de langue française et de langue anglaise, et entre les plus petits et les plus gros marchés.

Les caractéristiques uniques de ces marchés peuvent poser problème aux radiodiffuseurs en matière de diversité culturelle dans le contexte de leurs réalités respectives en termes d'affaires et d'auditoires. Par exemple, les

services de télévision de langue française se trouvent devant un problème fondamental, à savoir attirer des téléspectateurs d'origines culturelles diverses à leurs émissions, car dans les marchés de langue française, les auditoires d'origines culturelles diverses qui utilisent l'anglais comme première ou deuxième langue gravitent autour des services d'émissions en langue anglaise.

Il s'agit là d'un seul exemple parmi d'autres de différences de marché dont il faut tenir compte dans la conception d'un ensemble d'outils – ou de pratiques exemplaires – pour les radiodiffuseurs. Étant donné la diversité du système de radiodiffusion et de ses auditoires, le défi lancé au Groupe de travail a été d'élaborer des pratiques exemplaires et des initiatives de l'industrie qui reconnaîtraient entièrement les réalités sociales et du marché dans lesquelles les radiodiffuseurs exercent leurs activités.

À cet effet, le Groupe de travail a fixé trois critères de base pour soutenir nos recommandations de pratiques exemplaires.

D'abord, chaque pratique exemplaire doit être utile à tous les services de radiodiffusion – qu'il s'agisse d'une grande société ou d'une seule station de télévision – exerçant son activité sur le marché canadien.

Deuxièmement, chaque pratique exemplaire doit être mesurable au fil du temps. Le Groupe de travail a adopté essentiellement une approche organique à la mesure de l'efficacité de sorte que les différentes réalités des radiodiffuseurs sont reconnues. En ce sens, les pratiques exemplaires sont adaptables au marché ou aux marchés particuliers dans lesquels un radiodiffuseur exerce son activité.

Enfin, le Groupe de travail a élaboré des pratiques exemplaires pouvant être mises en œuvre dans une station après l'autre ou un réseau après l'autre. Comme nous l'avons dit plus haut, l'analyse de rentabilité de la diversité est marquée par la créativité, l'originalité et l'obtention d'un avantage concurrentiel. Il revient à chaque station ou entreprise de déterminer la meilleure voie à prendre pour la mise en œuvre des pratiques exemplaires, selon les éléments de leur analyse de rentabilité de la diversité qui leur importent le plus.

Le Groupe de travail a également déterminé qu'il n'est pas possible de séparer ce qui se passe à l'écran de ce qui se passe dans les coulisses.

Afin d'assurer l'avancement de la diversité à la télévision canadienne, il est essentiel de veiller au développement, à la mise en œuvre et à l'avancement de la diversité culturelle au sein de l'industrie de la radiodiffusion. Ainsi, le

Groupe de travail a élaboré une série de pratiques exemplaires visant à aider les radiodiffuseurs dans leurs efforts internes destinés à créer et à soutenir un effectif, et un milieu de travail, qui est diversifié sur le plan culturel.

Pratiques exemplaires – Domaines développés

Afin de situer nos recommandations des pratiques exemplaires dans les réalités des activités et du marché de notre système de radiodiffusion, le Groupe de travail les a classées selon dix domaines :

- 1) Engagement de l'industrie
- 2) Application et mesure
- 3) Engagement et responsabilité d'entreprise
- 4) Recrutement, embauche, maintien en poste
- 5) Stages, mentorat et bourses
- 6) Actualités et émissions d'information
- 7) Émissions – acquises, indépendantes et production interne
- 8) Relations avec la communauté
- 9) Communications internes
- 10) Communications externes

Bien que ces pratiques exemplaires soient fondées en grande partie sur les leçons acquises d'après les conclusions de notre recherche, de nombreux membres du Groupe de travail ont fait part de leur propre expérience dans le domaine des pratiques exemplaires. Nombre de nos recommandations sont axées sur l'entreprise, mais aussi de nombreuses pratiques ont une portée nationale et/ou locale. En d'autres termes, comme on l'a déjà dit, elles ont été élaborées afin d'être applicables aussi largement que possible.

Pratiques exemplaires recommandées par le Groupe de travail

1) Engagement de l'industrie

Le Groupe de travail remarque que l'engagement de l'industrie est un élément critique pour la mise en œuvre des pratiques exemplaires. En général, l'engagement à améliorer et à faire avancer la diversité culturelle à la télévision rehaussera le système canadien de radiodiffusion dans son ensemble, depuis les éléments créateurs, jusqu'à sa place sur la scène internationale et aux résultats nets.

Pratiques exemplaires

- 1.1 Les services de télévision privée, spécialisée et payante du Canada reconnaissent que la programmation d'émissions s'adressant à tous, qui répond aux besoins et aux intérêts des téléspectateurs, comporte le reflet de la diversité ethnique, culturelle et raciale du Canada à la télévision.
- 1.2 Les services de télévision privée, spécialisée et payante du Canada se sont engagés à réaliser la diversité tant à l'écran qu'au sein de la main-d'œuvre de l'industrie de la façon suivante :
 - (a) en créant des pratiques exemplaires et des initiatives utiles pour accroître la représentation et assurer une présence et une représentation justes, exactes et non stéréotypées des collectivités ethnoculturelles et raciales du Canada et des peuples autochtones à la télévision;
 - (b) en assurant un environnement de travail accueillant, respectueux et inclusif, une main-d'œuvre représentative et un milieu de travail où tous sont traités de façon juste et ont des possibilités égales d'avancement professionnel; et
 - (c) en repérant et en supprimant les obstacles à l'accès et à l'emploi dans le système de radiodiffusion.

2) Application et mesure

Dans l'application des pratiques exemplaires et ensuite dans la mesure de leur efficacité, il est important de souligner qu'une approche « uniformisée » ne fonctionnera pas dans un système de radiodiffusion aussi diversifié sur le plan géographique et linguistique que celui du Canada. Étant donné la diversité du système, il incombe à chaque radiodiffuseur d'élaborer des outils qui lui seront plus pertinents et de déterminer des façons les plus appropriées et efficaces de se servir de ces outils.

Pratiques exemplaires

Application

- 2.1 Le Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision recommande que les pratiques exemplaires suivantes et les initiatives pratiques s'appliquent à toutes les stations de télévision et aux services de télévision spécialisée et payante membres de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, selon ce qui convient à l'envergure, au marché, à la démographie et à la licence de la station ou du service.

Mesure

- 2.2 Les services de télévision générale, spécialisée ou payante doivent mesurer les progrès dans l'atteinte de leurs objectifs relatifs à la diversité.

Comme il a été indiqué dans l'examen des pratiques exemplaires, de nombreuses méthodes peuvent servir à mesurer les progrès :

- « Ce qui se mesure, est réalisé ». En d'autres termes, plusieurs sociétés mettent en pratique la philosophie de mesure en instaurant un processus destiné à mesurer les progrès.
- De nombreuses sociétés interrogées dans l'examen des pratiques exemplaires utilisent des modes de suivi pour surveiller l'embauche et le maintien en poste d'employés afin de mesurer la diversité de la main-d'œuvre.
- Créer un dossier sur les apparitions d'experts de diverses origines culturelles dans les émissions d'actualités, rédiger des rapports mensuels pour consigner les chiffres et tenue de réunions de gestion semi-annuelles afin de déterminer les progrès.
- Comme élément des partenariats avec les producteurs indépendants, demander aux fournisseurs d'émissions de créer des dossiers sur les apparitions à l'écran par des acteurs de diverses origines culturelles, et permettre au réseau de vérifier les apparitions dans toutes les émissions.
- Dresser des rapports de surveillance mensuels/annuels sur la distribution et la représentation de la diversité ethnoculturelle et autochtone dans les émissions, afin de surveiller régulièrement les progrès.

3) Engagement et responsabilité d'entreprise

En insistant sur l'importance de l'engagement des entreprises envers la diversité culturelle, le Groupe de travail souligne le fait que cet engagement doit pénétrer tous les niveaux de l'organisation, en fait, devenir un engagement entièrement intégré, du conseil d'administration aux studios et au-delà.

Selon nous, afin d'intégrer l'engagement de l'entreprise envers la diversité *dans* une organisation, cet objectif doit devenir partie intégrante de la gouvernance d'entreprise de manière évidente pour tous les employés.

Pratiques exemplaires

- 3.1 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante élabore et démontre de façon officielle un engagement d'entreprise visant à mettre au point et à maintenir une culture d'entreprise universelle qui favorise et assure la promotion de la diversité tant en ondes qu'au sein de l'effectif plus général.
- 3.2 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante élabore et met en œuvre des pratiques de communication internes afin d'assurer que les politiques et les plans sur la diversité sont communiqués aux cadres et au personnel en temps opportun.
- 3.3 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante s'assure que tous les employés, tant les cadres que le personnel, conviennent d'adhérer aux politiques et aux pratiques relatives à la diversité.
- 3.4 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante nomme ou désigne un cadre supérieur responsable de l'élaboration, de la mise en œuvre et de l'évaluation des pratiques et des initiatives relatives à la diversité pour les stations et/ou les services au sein de son groupe d'entreprises.
- 3.5 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante intègre les objectifs d'entreprise dans ses plans d'affaires au niveau des services, des divisions et/ou de l'entreprise.
- 3.6 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante, quand c'est possible, rend accessible, l'information sur la mise en œuvre de pratiques en matière de diversité en affichant sur son site Web le plan de la société concernant la diversité.

Comme notre examen des pratiques exemplaires l'indique, il y a de nombreuses façons d'y arriver dans une organisation. Voici des exemples tirés des études de cas sélectionnées :

- Faire état des objectifs relatifs à la diversité dans un rapport annuel aux actionnaires et/ou à un conseil d'administration.
- Les employeurs ou les employés peuvent inclure les objectifs relatifs à la diversité dans leur planification de rendement annuel.
- Des processus de gestion de la relève traduisant les objectifs relatifs à la diversité peuvent être intégrés dans les rapports annuels.
- Les cadres supérieurs peuvent créer une table ronde sur la diversité.

- Des compétences de base en matière de diversité peuvent être façonnées en compétences clés pour les gestionnaires, p. ex., rendement mesuré sur la capacité à maintenir une main-d'œuvre diversifiée.
- Des mesures d'encouragement financier peuvent être mises en place pour les gestionnaires dont le rendement est bon en ce qui a trait à l'avancement des objectifs relatifs à la diversité pour l'organisation.
- Un poste de cadre supérieur – comme vice-président, Diversité – peut être créé comme point de contact de l'entreprise pour la planification de la diversité.
- Divers mécanismes de rapport – que ce soit par service, par division et dans le rapport annuel – peuvent être modelés ou réorientés pour inclure la planification et les réalisations relatifs à la diversité.
- Les pratiques relatives à la diversité d'une organisation – sa vision, sa mission et ses programmes – peuvent être affichées à des endroits accessibles, comme un site Web.

4) Ressources humaines – Recrutement, embauche et maintien en poste

En matière de ressources humaines, y compris les politiques et les programmes portant sur le recrutement, l'embauche et le maintien en poste, il est impératif que le personnel des RH soit formé et renseigné sur les techniques visant à traiter la diversité culturelle.

Par exemple, il peut être nécessaire de modifier les techniques d'entrevue en fonction de candidats ayant diverses origines culturelles. La connaissance des systèmes éducatifs et de formation non-canadiens permettra au personnel des RH d'appliquer une perspective plus vaste au processus de recrutement.

Pratiques exemplaires

- 4.1 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante s'assure que toutes les politiques des ressources humaines expriment clairement son engagement envers la diversité.
- 4.2 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante revoit et supprime continuellement les politiques et pratiques des ressources humaines relatives au recrutement, à l'embauche et au maintien en poste qui causent des obstacles systémiques.
- 4.3 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante élabore et met en œuvre des mécanismes qui favorisent un environnement de travail inclusif et accueillant destinés à accroître le maintien en poste de la main-d'œuvre.

- 4.4 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante élabore des tactiques et met en œuvre des mécanismes visant à attirer et à recruter des employés d'origines diverses.
- 4.5 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante élabore et met en œuvre un ou (des) processus visant à assurer l'intégration de la représentation à tous les niveaux de son organisation.
- 4.6 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante, lorsqu'il publie des offres d'emploi, oriente la publicité vers des médias autres que les principaux et passe des annonces dans les médias ciblant les collectivités ethnoculturelles et autochtones.
- 4.7 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante assure que les employés responsables de l'embauche et de la gestion du personnel reçoivent une formation normalisée sur les obstacles systémiques.
- 4.8 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante surveille les progrès et évalue l'efficacité des politiques et des initiatives visant à faire avancer les objectifs relatifs à la diversité.

Les services des ressources humaines peuvent prendre l'initiative d'élaborer des démarches et des techniques qui leur permettent de perfectionner et de maintenir une main-d'œuvre diversifiée et un lieu de travail adapté. Comme il est indiqué dans l'étude des pratiques exemplaires, ces démarches et techniques sont nombreuses :

- Établir des objectifs internes pour l'embauche, à chaque niveau d'emploi au sein de chaque service ou division de la société.
- Établir des mécanismes de suivi/surveillance pour s'assurer des progrès de la société en matière de pratiques d'embauche.
- Établir des méthodes de communication avec les cadres supérieurs sur les politiques et pratiques des RH relatives à la diversité.
- Fournir des sondages à 360 degrés sur les initiatives de la société et les objectifs relatifs à la diversité afin d'obtenir des commentaires réguliers de la part des employés.
- Fournir de l'information relative à la diversité dans les nouvelles, les événements, les activités de la société à tous les employés par courriel, affichage dans la salle à manger et d'autres moyens.

5) Stages, mentorat et bourses

Qu'ils proviennent des ressources humaines ou d'un autre service ou d'une autre division, les politiques ou programmes de la société relatifs aux initiatives éducatives se trouvent probablement parmi les engagements d'entreprise les plus fondamentaux à l'égard de la diversité culturelle.

Les programmes éducatifs peuvent avoir aussi une portée locale et nationale, comme moyen d'attirer la participation maximale de la plus grande variété de collectivités ethnoculturelles et de groupes autochtones du Canada.

Pratiques exemplaires

- 5.1 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante intègre des plans relatifs à la diversité dans ses programmes de stage.
- 5.2 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante fait clairement part de ses pratiques et politiques relatives à la diversité aux établissements d'enseignement.
- 5.3 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante vérifie la présence d'obstacles systémiques et l'efficacité des programmes de stage, de mentorat et autres programmes de recrutement. En particulier, ces radiodiffuseurs passent en revue les critères de sélection, les initiatives de rayonnement et les outils de communication en ce qui a trait à l'accessibilité.
- 5.4 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante travaille, quand c'est possible, avec les associations et les organismes de l'industrie pour déterminer les programmes de formation et de recrutement qui répondent aux objectifs de diversité.

Les radiodiffuseurs ont de nombreuses possibilités d'élaborer des initiatives efficaces sur le plan de l'éducation, comme l'indique l'examen des pratiques exemplaires.

- Des programmes axés sur la carrière peuvent s'élaborer en collaboration avec des partenaires en éducation – comme les commissions scolaires – pour exposer les étudiants de diverses origines aux carrières en radiodiffusion. Ces programmes prennent souvent la forme de stages.
- Des partenariats peuvent s'établir avec des programmes, comme Jeunes entreprises, ou des programmes similaires axés sur la carrière pour les jeunes, et qui comportent des éléments relatifs à la diversité.

- Des bourses d'études, des bourses d'entretien et autre assistance aux études, pour encourager des étudiants de diverses origines culturelles ou d'origine autochtone à se lancer dans la radiodiffusion.
- Des programmes de placement ou des programmes co-op mettant l'accent sur les possibilités pour étudiants de diverses origines culturelles.
- Des programmes de formation en gestion pour les employés débutants issus de diverses origines.
- Demander aux employés de se porter volontaire pour jouer le rôle de mentor d'employés débutants issus de milieux culturels divers.
- Des bases de données pour assurer le suivi des étudiants prometteurs pour ce qui est de leur candidature à des bourses ou à des emplois.
- Salons et programmes de sensibilisation connexe pour « faire passer le mot » sur les campus des universités et des collèges.
- Les programmes pour rédacteurs se sont révélés particulièrement réussis comme stage dans de nombreuses sociétés de radiodiffusion.
- Créer des cercles de rédacteurs afin d'assurer un roulement régulier de talents nouveaux de diverses origines culturelles.

6) Programmation d'actualités et d'informations

Par la communication des réalités de la communauté, du pays et du monde aux Canadiens, la programmation des actualités et des informations présente sans doute la plus sensible de toutes les initiatives de pratiques exemplaires misant sur la diversité culturelle à la télévision.

Il est impératif que tous les professionnels des salles de nouvelles s'engagent non seulement envers la diversité en milieu de travail, mais créent également des moyens d'assurer une présence et une représentation exacte des groupes ethnoculturels et autochtones. Ainsi, cette culture de la salle de nouvelles doit bien connaître la diversité culturelle et comprendre le vocabulaire, les comportements et d'autres modes de communication uniques aux cultures.

Pratiques exemplaires

- 6.1 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante s'engage envers une présence et une représentation juste et exacte à l'écran en révisant, en élaborant et en maintenant une perspective éditoriale et/ou une politique qui fait avancer ses objectifs relatifs à la diversité.
- 6.2 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante diversifie son recours aux experts à l'antenne afin d'inclure des personnes provenant de diverses origines ethnoculturelles et autochtones.

- 6.3 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante s'assure que les interviews d'experts et autres invités provenant de diverses origines ethnoculturelles ou autochtones portent sur une vaste gamme de questions publiques et pas seulement celles qui pourraient intéresser particulièrement les collectivités ethnoculturelles ou autochtones.
- 6.4 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante s'assure que le personnel d'antenne provenant de diverses origines ethnoculturelles ou autochtones affecté aux émissions d'actualités et d'informations traite une vaste gamme de questions publiques et pas seulement celles qui pourraient intéresser particulièrement les collectivités ethnoculturelles ou autochtones.
- 6.5 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante élabore et met en œuvre des initiatives de sensibilisation pour favoriser une meilleure compréhension parmi le personnel affecté aux émissions d'actualités et d'informations, et les collectivités ethnoculturelles et autochtones.
- 6.6 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante s'assure que le personnel affecté aux émissions d'actualités et d'informations participe aux initiatives de sensibilisation aux collectivités ethnoculturelles et autochtones.

Comme l'indique l'examen des pratiques exemplaires, nombre d'initiatives et de techniques efficaces peuvent servir à faire avancer la diversité culturelle dans la programmation des actualités et d'émissions d'information :

- Élaborer et maintenir une base de données d'experts de diverses origines, appartenant aux domaines spécialisés.
- Demander l'avis de la collectivité au moment d'élaborer une base de données d'experts.
- S'assurer que l'on a recours aux experts pour étayer les reportages en général par opposition aux reportages portant sur une culture particulière.
- Élaborer des pratiques – séminaires, formation professionnelle et autres instruments – destinées particulièrement à la présentation exacte des collectivités ethnoculturelles et autochtones dans les émissions d'actualités et d'informations.
- Faire appel à des comités consultatifs et des comités de rédaction ayant des représentants/invités provenant de diverses collectivités.
- Créer des forums sur la diversité de l'actualité pour trouver des méthodes visant à mettre de l'avant diverses perspectives culturelles dans les émissions d'actualité et intégrer davantage leurs points de vue.

- Tenir régulièrement des réunions avec le personnel de la salle de nouvelles pour discuter de la diversité ou inclure la diversité dans les réunions de la salle de nouvelles.
- Créer des mécanismes pour permettre l'apport des téléspectateurs à la salle de nouvelles.
- Mesurer et surveiller la présence et la représentation à l'antenne dans les émissions d'actualités.
- Appuyer la participation directe du personnel de la programmation des actualités et des informations dans les collectivités locales pour favoriser le dialogue et établir des relations.
- Fournir de l'expertise en programmation des actualités et des informations pour assister à des salons de l'emploi et participer à des programmes de sensibilisation comme méthodes de recrutement pour les étudiants de diverses origines culturelles et autochtones.

7) Émissions – acquises, indépendantes et production interne

L'étude de la recherche du Groupe de travail a fourni une gamme de perspectives sur la façon dont les radiodiffuseurs peuvent et devraient travailler pour faire avancer la diversité culturelle à l'écran. Selon les spécialistes de l'industrie et les répondants des groupes de consultation, il y a des lacunes évidentes, en termes de présence de la diversité culturelle à l'écran, dans une gamme de pratiques de programmation.

Parmi les points le plus souvent soulevés dans les conclusions de la recherche, on trouve que l'intrigue manque trop souvent d'inclure le point de vue de personnes de diverses origines ou autochtones. Comme l'ont exprimé de nombreux participants aux groupes de consultation, les Canadiens de diverses origines perçoivent qu'ils ne se retrouvent pas à la télévision, et ne voient pas le reflet de leur histoire et de leur situation.

Pareillement, dans une perception appuyée par l'analyse quantitative, les acteurs de diverses origines occupent trop peu de rôles principaux dans des émissions dramatiques. Comme on l'a déjà dit, les auditoires de diverses origines culturelles ou autochtones voient trop souvent des images, des histoires et des personnages négatifs sous forme de stéréotypes.

Pratiques exemplaires

- 7.1 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante s'engage, dans la mesure du possible, à acquérir, à commander et à produire à l'interne des émissions qui respectent son engagement à l'égard des objectifs relatifs à la diversité.
- 7.2 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante étudie, élabore et met en œuvre des « lignes directrices relatives au producteur » concernant les productions indépendantes et internes, et l'élaboration de scripts et de concepts qui font avancer les objectifs relatifs à la diversité et stimulent la production d'émissions diversifiées plus nombreuses.
- 7.3 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante, afin de faire avancer les objectifs relatifs à la diversité, établit la liaison, si possible, avec des associés de l'industrie à l'échelle régionale, provinciale et nationale, des associations et organismes, comme sans s'y restreindre, l'Association canadienne de production de film et télévision, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), le Syndicat national des travailleurs et travailleuses en communication (SNTC), le Syndicat des techniciennes et techniciens du cinéma et de la vidéo du Québec (STCVQ), l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), l'Union des Artistes (UDA), Women in Film and Television (WIFT), le Fonds canadien de télévision (FCT), Téléfilm Canada et l'Office national du film du Canada (ONF).

En ce qui a trait à la programmation, l'examen des pratiques exemplaires constate de nombreuses initiatives fructueuses :

- Créer une base de données de producteurs, d'acteurs, de réalisateurs et autre personnel professionnel ethnoculturel et autochtone pour repérer de nouvelles ressources talentueuses et diversifier la programmation.
- Élargir le groupe d'associés de la production pour englober ceux ayant de l'expérience dans des émissions diversifiées et faire preuve de créativité en faisant des choix d'émissions.
- Travailler avec des producteurs indépendants pour élaborer et mettre en œuvre régulièrement des activités de surveillance et de rapport de la diversité dans les rôles créatifs.
- Entreprendre des consultations avec les collectivités d'intérêt dans les décisions finales sur les scénarios et la distribution.

- Mettre en œuvre un processus où les horaires internes des émissions sont analysés régulièrement pour évaluer l'efficacité de leurs initiatives relatives à la diversité à l'écran.
- Participer aux marchés de programmation, à des festivals du cinéma et à des conférences propres aux groupes des collectivités ethnoculturelles et autochtones et/ou à la diversité.

8) Relations avec la communauté

L'établissement et le maintien de relations avec la communauté est un thème courant dans de nombreuses pratiques exemplaires indiquées jusqu'à présent. Cependant, le lien avec la communauté est en soi une mesure extrêmement importante dans la progression de la diversité culturelle à la télévision.

Les groupes consultatifs communautaires peuvent servir de lien direct avec le radiodiffuseur et les activités communautaires dans le domaine de la diversité culturelle. Les groupes peuvent trouver des moyens de discuter ou de susciter l'évaluation critique des émissions, des initiatives relatives à la diversité des entreprises et les recommandations de méthodes pour les activer.

En même temps, les groupes peuvent servir de canaux d'information pour des questions de préoccupations courantes sur le crime, la justice sociale, la pauvreté, l'éducation, etc. Enfin, la relation avec les collectivités offre une information précieuse sur les besoins de la collectivité, permettant aux radiodiffuseurs d'être bien mieux au courant de leur clientèle.

Pratiques exemplaires

- 8.1 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante examine, élabore et met en œuvre des pratiques de sensibilisation et de consultation communautaires officialisées, stratégiques et ciblées – à l'échelle locale, régionale et nationale – pour informer et s'informer des questions concernant la représentation, le reflet et la présence des collectivités ethnoculturelles et autochtones.
- 8.2 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante assure la communication avec la communauté et les auditoires en vue d'éliminer les obstacles systémiques.

Comme il est présenté dans l'examen des pratiques exemplaires, de nombreuses initiatives ont été entreprises pour maintenir l'accent sur la communauté :

- Permettre aux conseils sur la diversité ou aux organismes semblables de favoriser davantage l'intégration en assurant une participation permanente des représentants de la communauté.
- Tenir des tables rondes sur la diversité qui visent particulièrement la participation communautaire.
- Mettre au point des forums de discussion entre le personnel éditorial de la salle de nouvelles et des groupes communautaires afin d'assurer le reflet exact de la diversité d'une communauté.
- Assurer la participation communautaire la plus vaste possible dans les initiatives de l'entreprise, comme des salons de l'emploi.

9) Communications internes

Pratiques exemplaires

- 9.1 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante informe et communique régulièrement à la direction et au personnel sur toutes les politiques et pratiques relatives à la diversité adoptées par sa station, son service et/ou le groupe d'entreprises.

Presque toutes les entreprises sondées dans le cadre de l'examen des pratiques exemplaires avaient mis sur pied des initiatives de communications internes bien définies.

- La diffusion la plus vaste possible de politiques et de pratiques sur la diversité avec des affichages dans des secteurs achalandés, comme les salles à dîner et la distribution par le courriel de la société.
- Rapports périodiques sur les activités et les initiatives relatives à la diversité avec des rapports annuels et autres instruments de communication distribués à tous les employés.
- Utilisation de bulletins, de feuilles d'information et autres communications à distribuer à l'interne pour définir et mettre à jour les initiatives relatives à la diversité.

10) Communications externes

Pratiques exemplaires

- 10.1 Un service de télévision générale, spécialisée ou payante fait part à son auditoire et au monde des affaires des pratiques relatives à la diversité adoptées par sa station et/ou son service.

L'examen des pratiques exemplaires a également mis au jour certains instruments de communications externes.

- Utilisation de communiqués d'intérêt public pour faire connaître les initiatives des radiodiffuseurs relatives à la diversité culturelle.
- Création d'une publicité axée sur la communauté pour promouvoir l'engagement de cette station envers la diversité.

Initiatives de l'industrie

Les pratiques exemplaires mentionnées ci-dessus sont conçues dans le but d'être complètes et intégrées, or il demeure un besoin d'activer les initiatives sur la diversité culturelle grâce à une approche à l'échelle de l'industrie qui engage entièrement le secteur non réglementé de l'industrie.

Même si les radiodiffuseurs peuvent agir comme catalyseurs de changement, il n'est pas possible d'être entièrement efficace sans un engagement égal envers les objectifs relatifs à la diversité, et sans coopération et participation continues, de la part des intervenants de l'industrie, qu'il s'agisse de producteurs, de régisseurs, de rédacteurs, d'agences de financement et d'autres organismes.

Il est impératif que les secteurs de l'industrie communiquent entre eux à propos des initiatives relatives à la diversité et établissent ensemble des relations avec les établissements d'enseignement qui forment les employés futurs.

Les partenariats et les alliances peuvent jouer un rôle important dans l'accroissement de la sensibilisation et la recherche de solutions. Comme l'indique le rapport du Groupe de travail, la sous-représentation des peuples autochtones à la télévision canadienne – peuple dont la représentation serait presque inexistante sans la présence de l'APTN – constitue une préoccupation cruciale pour le Groupe de travail. Ce dernier remarque que l'Alliance stratégique : participation autochtone dans l'industrie de la radiodiffusion amorcée par le ministère fédéral des Affaires indiennes et du Nord canadien comprend de nombreux radiodiffuseurs et est un excellent exemple d'un effort déployé par plusieurs parties intéressées pour susciter le changement.

Le Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision recommande que les intervenants de l'industrie entreprennent les initiatives suivantes ou y participent afin de faire avancer des objectifs relatifs à la diversité dans le système de radiodiffusion canadien :

- D) Que l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) communique officiellement et de façon continue, les engagements de ses membres envers la diversité à d'autres parties intéressées de l'industrie

notamment, mais sans restriction, l'Association canadienne de production de film et télévision, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), l'Union des Artistes (UDA), la Writers Guild of Canada (WGC), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), la Guilde canadienne des réalisateurs, l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision (ACDIRT), l'Aboriginal Journalists Association of Canada, la Canadian Association of Black Journalists, le Canadian Ethnic Journalists and Writers Club, le Caucus canadien de la vidéo et du cinéma indépendants (CCVCI), Téléfilm Canada, la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) et le Fonds canadien de télévision (FCT).

II) Que les associations, les syndicats et les guildes de l'industrie, comme, mais sans restriction, l'Association canadienne de production de film et télévision, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), l'Union des Artistes (UDA), la Writers Guild of Canada (WGC), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), la Guilde canadienne des réalisateurs et l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision (ACDIRT) :

- a) révisent les politiques et les activités internes afin de supprimer les obstacles systémiques;
- b) élaborent, mettent en œuvre et communiquent des pratiques exemplaires relatives à la diversité culturelle propres à leur secteur dans l'industrie;
- c) s'engagent à effectuer des progrès et à les mesurer en vue d'atteindre leurs objectifs relatifs à la diversité.

III) Que des associations, des syndicats et des guildes de l'industrie, comme, mais sans restriction, l'Association canadienne de production de film et de télévision, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), l'Union des Artistes (UDA), la Writers Guild of Canada (WGC), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), la Guilde des réalisateurs du Canada, l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision (ACDIRT) élaborent des stratégies officielles pour mettre en valeur les talents dans les collectivités ethnoculturelles et autochtones.

- IV) Que les associations, les syndicats et les guildes de l'industrie, comme, mais sans restriction, l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), l'Association canadienne de production de film et de télévision, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), l'Union des Artistes (UDA), la Writers Guild of Canada (WGC), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), la Guilde canadienne des réalisateurs, le Syndicat national des travailleurs et travailleuses en communication (SNTC), le Syndicat des techniciennes et techniciens du cinéma et de la vidéo du Québec (STCVQ) et l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision (ACDIRT) élaborent des stratégies afin d'assurer une communication régulière et permanente entre les secteurs sur les initiatives de l'industrie relatives à la diversité culturelle.
- V) Que l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) et l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision examinent leurs codes et normes de l'industrie de la radiodiffusion pour déterminer s'ils traitent des préoccupations relevées dans les conclusions de la recherche du Groupe de travail concernant la présence et la représentation des collectivités ethnoculturelles et des peuples autochtones du Canada.
- VI) Que l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) élabore, maintienne et assure la promotion d'un site Web de l'industrie sur les initiatives et les programmes relatifs à la diversité y compris, mais sans restriction, une liste de bourses d'études, de mentorat, de stages et de perfectionnement professionnel ainsi que des programmes de partenariat en production.
- VII) Que les organismes fédéraux et provinciaux de financement de télévision et de production de films, comme, mais sans restriction, le Fonds canadien de télévision, l'Office national du film du Canada, British Columbia Film, Société manitobaine de développement de l'enregistrement cinématographique et sonore, Alberta Cultural Industries Association, Saskatchewan Film and Video Development Corporation, la Société de développement des médias de l'Ontario, Film Nouveau-Brunswick, Nova Scotia Film Development Corporation, Newfoundland and Labrador Film Development Corporation examinent les critères actuels d'admissibilité et de financement pour y détecter et supprimer les obstacles systémiques et cherchent à créer des incitatifs pour diversifier les programmes à l'écran et dans les coulisses.

- VIII) Que l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), l'Union des Artistes (UDA), la Writers Guild of Canada (WGC), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), la Guilde des réalisateurs du Canada, l'Association canadienne de production de film et de télévision et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) élaborent, maintiennent et rendent disponible une base de données d'acteurs, de réalisateurs et de rédacteurs provenant de collectivités ethnoculturelles et autochtones et des agents de distribution qui se spécialisent dans la distribution de personnes provenant de collectivités ethnoculturelles et autochtones. Cette base de données devrait être élaborée en consultation avec les membres issus de groupes ethnoculturels et autochtones.
- IX) Que l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) travaille avec les associations de l'industrie comme, mais sans restriction, la Canadian Advertising Association, la Fondation canadienne de recherche en publicité (FCRP) et le Bureau de la télévision du Canada pour compiler l'information qui aidera les radiodiffuseurs canadiens à établir la rentabilité de la diversité culturelle.
- X) Que l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) récompense les réalisations en matière de diversité dans la programmation, lors de sa cérémonie annuelle de remises de prix d'excellence en programmation canadienne.
- XI) Que l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) récompense les réalisations dans la programmation autochtone lors de sa cérémonie annuelle de remises de prix d'excellence en programmation canadienne.

En plus des initiatives ci-dessus, le Conseil canadien des normes de la radiodiffusion (CCNR) joue un rôle dans l'administration des codes de l'industrie; il est là pour recevoir et traiter les plaintes des téléspectateurs sur les questions de représentation et de stéréotypes. Il est important que le CCNR continue d'accroître sa visibilité, surtout auprès des collectivités ethnoculturelles et autochtones.

Le Groupe de travail remarque également que le CRTC, dans son rôle à titre d'organisme de réglementation de l'industrie, peut faire preuve de leadership en amorçant et en communiquant ses propres pratiques relatives à la diversité, surtout celles décrites dans l'initiative de l'industrie II ci-dessus.

Partie Cinq – Au-delà des pratiques exemplaires : recommandations au CRTC

Recherche future

Comme l'indique le rapport du Groupe de travail, la détermination des progrès effectués par les radiodiffuseurs dans le but de faire avancer le reflet et la représentation de la diversité culturelle à la télévision canadienne nécessitera une analyse supplémentaire du contenu des émissions dans un avenir assez proche. Une telle recherche complémentaire ne devrait pas avoir lieu tant que l'industrie de la radiodiffusion n'a pas eu suffisamment de temps pour mettre en œuvre ses pratiques exemplaires de façon efficace.

Le Groupe de travail est d'avis que le CRTC devra déterminer un processus pour mesurer ce progrès afin d'évaluer l'efficacité des initiatives relatives aux pratiques exemplaires de l'industrie.

Recommandation Un

Le Groupe de travail recommande que, afin de mesurer le progrès en matière de présence et de représentation de la diversité culturelle à la télévision canadienne, le CRTC amorce une recherche sur le contenu des émissions télévisées en matière de diversité culturelle, d'ici trois ou quatre ans à compter de mai-juin 2003, p. ex. durant la saison de télévision 2006-2007.

Pratiques exemplaires et exigences actuelles de rapport

Actuellement, les radiodiffuseurs remettent au CRTC des rapports annuels selon des plans d'entreprise individuels quant à la diversité culturelle. Les rapports annuels fournissent à chaque radiodiffuseur un mécanisme permettant de faire part au Conseil de leurs activités relatives à la diversité.

De l'avis du Groupe de travail, la démarche relative à la diversité culturelle à l'aide du modèle actuel de planification et de rapport sur la diversité de l'entreprise a constitué une étape importante vers une démarche fondée sur les pratiques exemplaires. Mais en tant qu'outil pour stimuler les initiatives relatives à la diversité culturelle, il serait approprié de remplacer le modèle actuel par un modèle fondé sur les pratiques exemplaires pour plusieurs raisons.

D'abord, la démarche des pratiques exemplaires est beaucoup plus accessible au public et beaucoup plus facile à interpréter pour le public en termes des attentes à l'égard des initiatives des radiodiffuseurs en matière de diversité culturelle.

Deuxièmement, comme les plans d'entreprise sont différents selon les radiodiffuseurs, les pratiques exemplaires fournissent un modèle uniforme et adaptable. Une fois de plus, tout en conférant aux radiodiffuseurs la souplesse d'adapter les pratiques exemplaires à leur marché unique et aux réalités opérationnelles, leur uniformité procure un moyen plus prévisible et accessible pour atteindre les objectifs reliés à la diversité culturelle.

Enfin, étant donné leur adaptation, uniformité et mise en œuvre répandues par les radiodiffuseurs, ces initiatives auront une influence beaucoup plus grande sur le développement de la diversité culturelle dans l'industrie.

Compte tenu de ceci, le Groupe de travail est d'avis qu'un nouveau modèle de pratiques exemplaires rendra redondante l'exigence actuelle de rapport.

Recommandation Deux

En reconnaissance de l'engagement des radiodiffuseurs envers la mise en oeuvre des recommandations des pratiques exemplaires du Groupe de travail, le CRTC devrait dégager les titulaires de licence de radiodiffusion des exigences actuelles de rapport relativement à leurs plans d'entreprise respectifs concernant la diversité culturelle.

Glossaire

Peuples autochtones

Peuples qui appartiennent aux nations indigènes de l'Amérique du Nord. Au Canada, les peuples autochtones comprennent trois groupes culturels distincts : Les Premières Nations, les Inuits et les Métis.

Télévision générale

Services de télévision locaux et régionaux offerts à la plupart des foyers canadiens par l'intermédiaire de services de réception par radio ou de distribution d'émissions, p. ex. les canaux 2 à 13 à la télévision.

Diversité culturelle

Le terme « culture » s'entend des caractéristiques communes aux membres d'un groupe qui les distinguent des autres groupes, et peut inclure des caractéristiques particulières, comme ethnicité, langue, race, antécédents collectifs et autres facteurs. Le terme « diversité » s'entend de différences individuelles au sein d'une société, et peut comprendre une vaste gamme de qualités humaines.

Ethnicité

Différenciation d'un groupe et s'appuyant sur la culture, la langue, le pays d'origine ou autres caractéristiques distinctives.

Ethnoculturel

Combine de nombreux groupes différenciés selon les caractéristiques ethniques et/ou raciales. Le terme « ethnoculturel » est utilisé dans l'ensemble du présent rapport pour décrire les Canadiens aux origines ethniques et raciales diverses.

Multiculturel

Au Canada, les termes « multicultural » ou « multiculturalisme » se rapportent à une politique du gouvernement fédéral amorcée en 1971 recommandant de reconnaître plusieurs groupes ethniques et leurs expressions culturelles au sein de la société canadienne.

Représentation

Les caractéristiques ou les attributs démontrés par un rôle particulier à l'écran, surtout dans les émissions dramatiques ou autres émissions de fiction. Aux fins de ce rapport, la représentation a été analysée selon qu'un personnage apparaît sous une lumière positive ou négative, ou s'il possède certaines qualités, p. ex. intelligent, couronné de succès, menaçant, attentionné, etc.

Race

Différenciation d'un groupe selon les caractéristiques externes communes, comme la couleur de la peau ou les traits du visage.

Présence

Aux fins du présent rapport, ce terme s'applique à l'image ou la représentation réelle de groupes ethnoculturels ou de peuples autochtones à l'écran, en termes de nombre de rôles parlants ou d'apparitions.

Service de télévision spécialisée

Services de télévision nationaux disponibles à la plupart des foyers canadiens s'abonnant à un service de distribution d'émissions, comme le câble ou la radiodiffusion directe par satellite.

Minorité visible

Aux fins du présent rapport, le terme « minorité visible » est utilisé par l'équipe de l'étude dans son analyse des émissions et comprend les Canadiens dont les origines englobent les origines ethniques, raciales et autochtones.

Annexe – Membres du Groupe de travail

GROUPE DE TRAVAIL SUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE À LA TÉLÉVISION

NOTICES BIOGRAPHIQUES 2004

REPRÉSENTANTS DE SECTEURS À L'EXTÉRIEUR DE L'INDUSTRIE

Beverley J. Oda (coprésidente) a déjà été conseillère du CRTC à temps plein de 1987 à 1994. À ce titre, elle a participé à plusieurs décisions importantes en matière de réglementation et à plusieurs examens de politiques. Elle a notamment présidé le Groupe de travail du Conseil sur les stéréotypes sexistes. Beverley possède également au-delà de 25 ans d'expérience dans le secteur de la radiotélédiffusion commerciale, y ayant détenu plusieurs postes. Tout au long de sa carrière professionnelle, elle a fait preuve d'un attachement à résoudre les problèmes en matière de diversité et de multiculturalisme, en siégeant aux conseils d'administration de nombreuses associations professionnelles et à plusieurs conseils consultatifs, dont le comité consultatif auprès du président du Conseil du Trésor sur l'égalité à l'emploi des membres des minorités visibles dans la fonction publique et les sociétés d'État du Canada (1984-1987); conseillère du Secrétaire d'État en matière de questions multiculturelles dans la radiotélédiffusion (1986-1987), et membre du National Multicultural Committee of the Anglican Church in Canada. En outre, Beverley a également été présidente de l'Association des femmes en communication (AFC), vice-présidente du Conseil de la télédiffusion de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) et vice-présidente de la North American Broadcasters Association (NABA). Elle a également siégé au conseil d'administration du Japanese Canadian Cultural Centre, du Festival de la télévision de Banff, du Réseau Éducation-Médias, de Women in Film and Television (WIFT) et de l'Institut canadien du film. Beverley a également siégé au Conseil des gouverneurs du Renison College de la University of Waterloo de 1986 à 1994. En 2003, Beverley a été reçue à l'Ordre du mérite de la radiotélévision canadienne.

Stefany Mathias est chef héréditaire de la nation Squamish. À ce titre, elle participe à de nombreux événements culturels et activités ou cérémonies communautaires impliquant le peuple squamish et d'autres peuples autochtones du Canada. On lui demande souvent de prendre la parole à des conférences de jeunes, à des colloques féminins ou à divers événements politiques. Stefany possède un baccalauréat en beaux-arts spécialisé en théâtre de la University of British Columbia. Elle a également reçu une formation en production et montage au Vancouver Film School, en plus de participer à divers ateliers et séminaires sur la rédaction et la production de films et vidéos. Stephany a également participé au Writer's Lab du Sundance de Robert Redford en juin 2000. Son long métrage *Native Land* (présentement intitulé *Little Bird*) a été un des quatorze scripts choisis parmi des milliers pour le Writer's Lab. Stephany est membre du

Vancouver's Women in Film and Video, en plus d'être scénariste, réalisatrice et actrice à la télévision et dans les longs métrages. En novembre 1997, elle a incorporé sa maison de production, Next Exit Pictures Ltd., et travaille présentement à produire la biographie du Chef Joe Mathias. Cet été, elle écrira et réalisera son premier court métrage intitulé *Hope Dies Last*. On peut la voir dans le rôle de Brenda Eberhart, un personnage qui revient fréquemment dans la série *DaVinci's Inquest*.

Marie-Anna Murat possède une vaste expérience de la télévision. Elle a été la première reporter d'origine haïtienne à être chef d'antenne d'un téléjournal francophone au Canada. Depuis le début de sa carrière en 1984, elle a participé à divers programmes d'information et d'affaires publiques à titre de journaliste parlementaire à Ottawa, de présentatrice de nouvelles, de reporter, de recherchiste et d'animatrice. Marie-Anna possède au-delà de 20 ans d'expérience dans le Canada français et anglais, ayant travaillé pour des réseaux de télévision publics et privés, notamment RDI, TVOntario, Télé-Québec, Radio-Canada, TVA, CFCF (CTV), ainsi que pour plusieurs services de télévision spécialisée d'Astral. À titre de membre active de la communauté haïtienne de Montréal, elle a donné plusieurs conférences sur les problèmes d'accès et d'avancement professionnels des minorités visibles dans l'industrie de la radiotélédiffusion. À titre de représentante d'un secteur à l'extérieur de l'industrie, Marie-Anna apporte ses connaissances personnelles et une perspective communautaire au sein du Groupe de travail, ainsi qu'une grande compréhension de l'industrie.

Raj Rasalingam est président du Pearson~Shoyama Institute (PSI), un groupe de réflexion sur la politique publique nationale qui s'attache à refléter la réalité multiculturelle, multiraciale et multiethnique du Canada dans le dialogue politique public. Le PSI est également l'hôte du Communication and Diversity Network (CDN) qui est un participant actif dans les débats sur les questions relatives à la concrétisation de la diversité dans le système de radiodiffusion canadien. Par l'entremise du CDN, Raj participe activement à renforcer les moyens d'agir de divers groupes culturels représentés par les communautés sikh, indienne, tamil, ismailienne, chinoise, et vietnamienne. En plus de son poste au PSI, Raj siège au conseil de la Fondation du Centre catholique pour immigrants et de Centraide à Ottawa, en plus d'agir comme conseiller spécial, Stratégies et Affaires publiques, pour Orbit IQ. Il est également le président et membre du Groupe consultatif des Services de santé Royal Ottawa. Ancien directeur de la chambre de commerce indo-canadienne et de l'organisation des services d'immigration de la communauté d'Ottawa, Raj a également occupé un poste de direction à la Société canadienne de pédiatrie. Raj a également été directeur de la Reel World Film Foundation, un organisme voué à la mise en valeur des réussites des producteurs et metteurs en scène ethniques. Il anime l'émission *Cross Cultures* sur les ondes de Rogers Cable 22 à Ottawa. Il a également animé *Diplomatic World* sur les ondes de CPAC.

REPRÉSENTANTS DE L'INDUSTRIE

Madeline Ziniak (coprésidente) est vice-présidente et directrice de station de Rogers Media: OMNI Television (autrefois CFMT). Le travail de Madeline en matière d'ethnoculturalisme a débuté tôt dans sa carrière avec les médias ethniques imprimés, suivi de 25 ans d'expérience en radiodiffusion, lesquels lui ont permis de nouer des liens étroits avec diverses communautés ethniques et culturelles du sud de l'Ontario et de partout au Canada. Elle est présidente du Canadian Ethnic Journalists' and Writers' Club et vice-présidente du CCNR pour la région de l'Ontario, en plus d'être auteur-collaborateur du *Encyclopedia of Canada's Peoples*. Son engagement envers la diversité et les médias est évident dans sa participation à long terme au sein de nombreux conseils d'administration et comités, y compris le Conseil consultatif des relations civiques et multiculturelles de l'Ontario, le Conseil consultatif sur les relations interraciales dans la publicité de la Fondation canadienne de la publicité, le Comité mixte de l'ACR sur les questions sociétales, le Comité de l'Initiative de lutte contre la violence familiale du Programme de multiculturalisme de Patrimoine canadien, le Byelorussian Canadian Women's Committee et le service de nouvelles en langue tierce de la Canadian Scene Foundation. En outre, Madeline est lauréate de plusieurs prix pour son engagement envers la radiotélédiffusion ethnique et sa collectivité, notamment le prix Howard Caine Broadcaster of the Year décerné par la Ontario Association of Broadcasters en 2003, l'Ordre de l'Ontario, la Médaille du Jubilé d'or de la Reine, la Médaille d'or du Lieutenant gouverneur pour les médias imprimés et électroniques décernée par le Centre des droits de la personne et des relations interraciales, le prix du perfectionnement des cadres féminins décerné par Global Television et l'AFC, et le Prix Sierhey Khmara Ziniak attribué pour un dévouement sans faille au multiculturalisme et à son expression affirmative par l'entremise de la télévision.

Elaine Ali est vice-présidente principale du Groupe de stations de CTV. Elle a la responsabilité globale des 21 stations locales dont CTV est propriétaire-exploitante. De plus, elle est l'administratrice chargée de l'élaboration et de la mise en œuvre du plan d'entreprise de CTV sur la diversité. Elaine a plus de 28 ans d'expérience en radiotélédiffusion et, jusqu'à récemment, elle était à la fois présidente du réseau WTN et vice-présidente et directrice générale de CKY-TV, la station affiliée de CTV à Winnipeg. Elle a consacré beaucoup de son temps et de ses compétences à plusieurs associations communautaires et professionnelles. Elle siège à plusieurs conseils d'organismes liés à l'industrie, y compris le Conseil de la télédiffusion de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, la Western Association of Broadcasters, l'Association des femmes en communications (AFC) et le Bureau de la télévision du Canada (BTC). Elle effectue aussi du travail communautaire et siège au conseil d'administration de United Way de Winnipeg, dont elle préside également le comité de marketing. Elle est aussi présidente du Programme Expérience jeunesse du Lieutenant gouverneur, et a siégé au conseil de l'Hôpital

Général de Saint-Boniface de 1977 à 2002. Le YMCA lui a décerné en 1997 sa Mention de la femme de distinction, et l'AFC son Prix de la femme de l'année en 2000. Elaine a également été récipiendaire de la Médaille du Jubilé d'or de la Reine en 2002, et de l'Ordre du Manitoba en 2003. Plus récemment, Elaine s'est vue décerner le titre de Communicatrice de l'année de la Western Association of Broadcasters (WAB).

Sarah Crawford, vice-présidente des affaires publiques de CHUM Limitée, est une porte-étendard de la diversité depuis 20 ans. Elle a contribué à l'élaboration de la déclaration de CHUM Television sur les pratiques exemplaires en diversité culturelle, qui fut d'ailleurs la première de son genre dans le domaine de la radiotélédiffusion canadienne, et du plan d'entreprise de ce télédiffuseur sur la diversité culturelle. Sarah a également contribué à l'organisation du colloque national de CHUM Television *National Colloquium on Cultural Diversity and the Media*, lequel a été télévisé à l'échelle nationale sur toutes les stations de CHUM, d'APTN et de CPAC en 2001. De plus, Sarah représente CHUM Television à diverses conférences et réunions en faveur de l'égalité, de la diversité, de l'accessibilité et des droits de la personne, notamment le Human Rights and Race Relations Centre Conference on Race Relations, D-Codes' Social Innovators Conference, la conférence INDICO/Reel World et le Carleton University's *Dialogue on Diversity: Media's Role in Fostering an Inclusive Society 2002*. Sarah est active au sein de l'industrie de la radiodiffusion et de la communauté, en favorisant la diversité par l'entremise des nombreuses organisations dont elle est membre. Sarah siège au conseil du Réseau Éducation-Médias (MNet), du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) – où elle est également vice-présidente du Comité national des services spécialisés – et du Jesuit Communication Project. Elle a déjà présidé le Comité conjoint des questions sociétales de l'ACR dont elle est actuellement membre. Elle est également coprésidente du comité du Prix du Ruban d'or de l'ACR et membre du comité consultatif du Innoversity Creative Summit qui célèbre la diversité dans les médias, et de Rethink Breast Cancer. Sarah est également membre de l'Alliance for Aboriginal Participation in Broadcasting, en plus d'être tutrice et mentor du club des devoirs du Frontier College pour les jeunes des quartiers déshérités. Sarah a reçu la Médaille d'or pour ses travaux dans le domaine de la diversité et de l'équité du Conseil canadien sur l'équité en matière d'emploi, ainsi que le Prix CAMEO pour son apport exceptionnel au développement de programmes de sensibilisation des médias canadiens.

Rita Cugini, vice-présidente des affaires réglementaires et du développement de l'entreprise d'Alliance Atlantis Communications, est une des administratrices clés responsable de l'élaboration et de la mise en œuvre du plan et des pratiques exemplaires d'Alliance Atlantis en matière de diversité culturelle. Rita est également présidente du comité de la diversité culturelle d'Alliance Atlantis dont le mandat consiste à appuyer la réalisation des objectifs en matière de diversité sur le plan des artistes et animateurs présentés à l'écran et de la programmation, et à parrainer des initiatives dans le domaine de l'égalité de l'emploi. Forte de plus de 21 ans d'expérience en radiotélédiffusion, Rita a consacré beaucoup de temps à la programmation en langue tierce à titre de vice-présidente et directrice de station pour Telelatino et de directrice de la

programmation diversifiée à CFMT où elle a géré onze groupes de langue tierce dont elle était responsable de produire les émissions, en plus d'assurer la liaison entre divers groupes ethnoculturels et la station de télévision. Rita préside actuellement le Comité mixte de l'ACR sur les questions sociétales, en plus d'être membre du conseil d'administration de La câblo-éducation, de l'Alliance for Aboriginal Participation in Broadcasting et du Comité national des services spécialisés du CCNR, qui traite souvent des questions se rapportant à la diversité culturelle et à sa présentation.

Pierre Lampron est vice-président, Relations institutionnelles, Quebecor Media et président de TVA films. TVA est le plus grand producteur privé et télédiffuseur de programmation de divertissement, de nouvelles et d'affaires publiques de langue française en Amérique du Nord, et l'une des principales entreprises de distribution canadiennes. Il fait partie du Groupe TVA depuis 2000. De décembre 1999 à juillet 2000, Pierre assurait la présidence de TV5 Amérique (TV5 Québec Canada, TV5 Amérique latine et TV5 États-Unis). Avant de se joindre à TV5 Amérique, Pierre occupait le poste de président de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC). De 1989 à 1995, Pierre dirigeait le bureau de Téléfilm Canada à Paris et a également dirigé le bureau de Londres de cette entreprise de juillet 1994 à mars 1995. Avant Téléfilm, Pierre a occupé plusieurs postes au ministère des Communications du Québec de 1987 à 1989, entre autres celui de directeur général de la coordination et des politiques. Avant de devenir le chef du bureau de Téléfilm Canada à Paris, il avait déjà plusieurs réalisations notables à son actif qui ont aidé à dessiner le paysage culturel du Québec, notamment le rôle prépondérant qu'il a joué pour ce qui était de mettre sur pied le groupement TV5 et la *Loi sur l'accès à l'information*.

Bibliographie

Loi sur la radiodiffusion

Lois du Canada, Ottawa : Imprimeur de la Reine

Association canadienne des radiodiffuseurs

2002 *Mémoire au Conseil de la radiotélévision et des télécommunications canadiennes sur l'avis public CRTC 2001-88* Ottawa : ACR

Canadian Business

29 mars 2004 "Diversity Pays"

<http://www.canadianbusiness.com/diversity>

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Avis public 1999-97 *La politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès*, Ottawa : CRTC

2001 Avis public 2001-88 *Représentation de la diversité culturelle à la télévision – Création d'un groupe de travail réunissant des représentants de l'industrie et de la collectivité*, Ottawa : CRTC

Conference Board du Canada

2004 *Making a Visible Difference: The Contribution of Visible Minorities to the Canadian Economy*, Ottawa : Conference Board du Canada

Statistique Canada

Recensement 2000 du Canada <http://www.statcan.ca/census01>

À propos de l'auteur

Le rapport du Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision a été rédigé par Richard Cavanagh de CONNECTUS Consulting Inc., cabinet se spécialisant dans la recherche, l'analyse et la gestion stratégique des questions de politique publique. Richard Cavanagh, ancien vice-président de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, a été directeur de projet pour le Groupe de travail de 2002 à 2004. Il détient un doctorat en sociologie de l'Université Carleton. Plusieurs de ses recherches et de ses écrits portent sur les communications et la politique sociale.