
**CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODÉLÉVISION
CONSEIL RÉGIONAL DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE**

CFOX-FM concernant le *Larry & Willy Show* (concours – Bryan Adams)

(Décision CCNR 97/98-0534)

Rendue le 20 mai 1998

E. Petrie (Présidente), S. Warren (Vice-présidente), R. Cohen (*ad hoc*),
H. Mack et D. Millette

LES FAITS

Le 9 décembre 1997, les animateurs de l'émission matinale de CFOX-FM, Larry et Willy, ont tenu un concours dont le prix consistait en quatre billets en quatrième rangée pour le concert de Bryan Adams prévu en début d'année 1998 à Vancouver. En vue de gagner, les auditeurs n'avaient qu'à être les premiers à indiquer à Larry et Willy le deuxième prénom de Bryan Adams; c'est du moins ce qu'on comprenait au début du concours et pendant la promotion qui l'a précédé. Après quelques « échecs » de la part des participants, il est cependant devenu clair que Larry et Willy ne cherchaient pas en réalité le véritable nom de Bryan Adams mais bien un nom qu'ils avaient inventé à la blague. Le « concours » s'est déroulé comme suit :

[traduction]

Animateurs : O.K. voici ce que nous recherchons. Le deuxième prénom de Bryan Adams. Eh oui, Bryan Adams a un deuxième prénom. Nous voulons savoir si les auditeurs de FOX le connaissent. Alors, allons au téléphone et voyons si quelqu'un connaît Bryan Adams. Salut, ici FOX. Qui est là?

Participant : Mon nom est Reid.

Animateurs : Reid, quel est le deuxième prénom de Bryan Adams?

Reid : C'est une question un peu difficile à poser si tôt le matin, ne croyez-vous pas les gars?

Animateurs : C'est une question difficile. Oui, mais, vous savez. nous voulons que l'émission du matin soit déplacée en après-midi, mais c'est le seul temps dont nous disposons. Mais, Reid, nous vous donnerons des billets en quatrième rangée si vous nous indiquez le bon prénom.

Reid : C'est « Jeans », c'est sûr.

Animateurs : Jeans? James?
Reid : Jeans.
Animateurs : Bryan Jeans Adams.
Reid : C'est sûr, le voisin immédiat.
Animateurs : Ahhh. Eh bien non, désolé.
Reid : C'est sûr à 100 %.
Animateurs : Non ce n'est pas ça Reid. Non, non, ce n'est pas ça. Non.
Reid : Ahhh, c'est une question difficile.
Animateurs : Ouais.
Reid : Euh, question piège, pas de deuxième prénom, n'est-ce pas?
Animateurs : Ouais, dommage Reid. Vous êtes son voisin? Vous êtes son voisin? Vous le connaissez un peu?
Reid : Ouais, sa mère vient de me le dire.
Animateurs : Sa mère. D'accord, quel est le nom de sa mère?
Reid : Euh, Beth.
Animateurs : Ahhh, quel farceur. Vous êtes fou. Vous ne vivez même pas près de chez Bryan Adams.
Reid : Pour l'amour de Dieu, je veux ces billets. Je suis resté pris avec ce gars des sports, annulez-le. Allez les gars. Un peu de cœur, je vous prie humblement.
Animateurs : O.K. Reid, quel est le nom de son père? Alors, quel est le nom de son père?
Reid : Bryan Senior.
Animateurs : [rires] Raccrochez immédiatement. Oui, vous êtes rapide, mais aucune de ces réponses n'est exacte. D'accord, nous poursuivons avec un autre auditeur chanceux ou pas. Le deuxième prénom de Bryan Adams. Devons-nous fournir un indice? D'accord.
Animateurs : Ça commence avec V-A-L. Allô, qui est là? Qui est au téléphone?
Participant : Jim.
Animateurs : Jim. Allô Jim, quel est le deuxième prénom de Bryan Adams?
Jim : Ohhhh, je vais dire ... Robert?
Animateurs : Robert. Bryan Robert Adams. Non. Ne vient-on pas de dire que ça commence par V-A-L? V-A-L, c'est un petit indice. Vous voulez faire un autre essai - V-A-L. Non, c'est tout. Un seul essai. Dommage, Jim, on doit vous chasser. Bye, Jim, ce n'est pas Robert. Participant suivant s'il-vous-plaît. Participant suivant, allô, qui êtes-vous?
Curt : Allo, c'est Curt.
Animateurs : Curt. D'accord, Curt, que cherche-t-on au sujet de Bryan Adams?
Curt : Son deuxième prénom?
Animateurs : Ouais.
Curt : C'est « abruti sans talent »
Animateurs : [rires] S'il-vous-plaît, non vraiment, nous sommes en ondes.
Curt : Désolé.
Animateurs : Bryan « abruti sans talent » Adams?
Curt : Ce n'est pas ça n'est-ce pas?!
Animateurs : [rires] Eh bien ce sont plusieurs deuxièmes prénoms. Ce n'est pas ça. Mon garçon, c'est plutôt son nom de baptême. Mais c'était un bel effort, Curt. Merci d'avoir essayé. Oh la la! Nous prenons un autre appel, allô, qui est là?
Kate : Allô, mon nom est Kate.
Animateurs : Allô Kate, comment ça va? Quel est le deuxième prénom de Bryan Adams? En réalité, je vais vous fournir un autre indice.
Kate : Je n'ai pas besoin d'un indice.
Animateurs : Oh, vous n'en avez pas besoin. Oh, d'accord.

Kate : Il est né la Journée Guy Fawkes et son deuxième prénom est Guy.
Animateurs : Ahhhh. Bryan Guy Adams. Non. Ça fonctionne, ça sonne bien. Bryan Guy Adams, ça se dit bien. Mais non, c'est inexact. Désolé, ce n'est pas la réponse recherchée. D'accord, nous passons à un autre appel. Voici un autre indice, c'est V-A-L-J-I-N. Ce n'est pas complet, bien sûr, mais ça lui ressemble. D'accord, appel suivant. Allô.

Participant : Je n'en ai aucune idée.
Animateurs : Vous n'en avez aucune idée.
Participant : Non, désolé.
Animateurs : Vous pouvez acheter un indice pour seulement 100 \$.
Participant : Peut-être Zeldon.
Animateurs : Euh, répétez s'il-vous-plaît.
Participant : Zeldon.
Animateurs : Non, non, mais nous apprécions votre bel effort. D'accord, allez aux toilettes et donnez-vous une petite tape sur les fesses pour vous punir de votre erreur. O.k. c'est un prix de consolation. Qui est à l'appareil?

Chantal : Chantal.
Animateurs : Chantal.
Chantal : Les gars, c'est Guy.
Animateurs : Quoi?
Chantal : C'est Guy.
Animateurs : Ce n'est pas Guy.
Chantal : Oui, ça l'est.
Animateurs : Non ça ne l'est pas. Vous voulez argumenter?
Chantal : Le nom de sa mère est Jane et c'est Guy.
Animateurs : Quel est le nom de son père?
Chantal : Le quoi?
Animateurs : Le nom de son père. Le nom de son père est?
Chantal : Je ne connais pas le nom de son père. Mais le nom de son frère est Bruce.
Animateurs : Bruce?
Chantal : Oui. [rires]
Animateurs : Je vais vous l'épeler. V-A-L-J-I-N-D-E-R.
Chantal : Aucune idée les gars.
Animateurs : D'accord. V-A-L, J-I-N, D-E-R.
Chantal : Valjin.
Animateurs : Quoi?
Chantal : Valjinder.
Animateurs : Valjinder, Valjinder, ouais!!! Bryan Valjinder Adams. [rires]. C'est son deuxième prénom, vous ne le saviez pas? Vous avez fouillé l'histoire du Canada, c'est ça. C'est comme ça. Valjinder. Jane et euh, Conrad. Ouais, absolument. Maintenant, quel est votre nom déjà?

Chantal : Chantal.
Animateurs : Chantal, demeurez en ligne, nous vous remettrons les billets, d'accord. Des billets en quatrième rangée pour Bryan Adams. Bryan Valjinder Adams, en concert ici à Vancouver, le 26 février Place GM. Les billets seront en vente samedi. Je ne veux argumenter avec personne au téléphone. Tout le monde va téléphoner pour dire que ce n'est pas VALJINDER.

Chantal : Je sais, je suis désolée pour cette fille.
Animateurs : C'est comme ça, c'est Valjinder. Et je n'admettrai aucune contestation de qui que ce soit non plus. Demeurez en ligne, nous avons besoin de vos coordonnées.

La lettre de plainte

Le 9 janvier 1998, la participante « lésée », la première qui a fourni a bonne réponse, a écrit la lettre suivante au CCNR :

[traduction]

Veillez noter que cette lettre constitue une plainte officielle contre la station de radio mentionnée ci-dessus au sujet d'un concours tenu le 9 décembre 1997.

Le matin du 9 décembre 1997, à 9 h, les animateurs de l'émission matinale de CFOX, M. Lawrence Hennessy et M William Percy (soit Larry et Willy, respectivement), ont offert aux auditeurs de participer à un concours sur les ondes. La question d'habileté a été présentée comme suit : « On a annoncé que Bryan Adams donnerait un concert à Vancouver le 26 février; pour gagner 4 billets de quatrième rangée, vous devez nous donner son deuxième prénom. » Après deux tentatives infructueuses de participants, j'ai eu la chance d'être entendu en troisième lieu. Il était très près de 9 h 02.

M. Percy m'a demandé mon nom et j'ai répondu « Kate ». Il a ensuite dit « D'accord Kate, donnez-moi le deuxième prénom Bryan Adams et je vais vous fournir un indice... ». J'ai alors répondu que je n'avais pas besoin d'un indice, que je savais qu'il était né la Journée Guy Fawkes et que son deuxième prénom était « Guy ». « C'est inexact » a répondu M. Percy et il a coupé la ligne.

Le participant suivant était une jeune femme à qui M. Percy a fourni un indice, soit que ça s'épelait V-A-L, J-I-N, D-E-R. La participante a répondu « Valjinder? Non, c'est « Guy »! » Les deux animateurs ont alors réagi bruyamment en criant qu'elle avait donné la bonne réponse, que le nom était « Valjinder », et qu'elle venait de gagner 4 billets en quatrième rangée qu'elle pouvait aller chercher immédiatement.

J'ai d'abord été estomaquée. Par la suite, j'ai téléphoné chez Bruce Allen Talent où j'ai parlé à une jeune femme du nom d'Andrea qui m'a confirmé que le deuxième prénom de M. Adams était « Guy ». Elle m'a aussi dit ne rien savoir de la nature du concours.

J'ai vainement tenté de régler cet incident directement avec la station de radio. À la suite de nombreux appels, j'ai fini par joindre M Percy sur place à Richmond. Je lui ai expliqué qui j'étais et que je croyais avoir gagné le concours tenu plus tôt ce matin-là. Voici sa réponse : « Merci de nous tenir au courant, mais je sais de source sûre que son deuxième prénom est en réalité 'Valjinder'. » Et il a de nouveau coupé la ligne.

J'ai ensuite parlé à M Bob Mills, le directeur de la programmation de CFOX. Il s'est montré très poli et a dit qu'il avait écouté l'émission en question; il était désolé parce que Larry et Willy avaient de toute évidence commis une erreur : en effet, il savait aussi que Guy était le deuxième prénom de M. Adams tel, qu'il s'annonçait d'ailleurs lui-même au tout début de sa carrière. Je l'ai remercié et en quittant son bureau, je comprenais qu'il promettait de m'offrir aussi bien ou mieux de ce qui avait été accordé à l'autre participant; j'estimais qu'il s'agissait là d'un règlement raisonnable de l'incident même si j'avais été humiliée deux fois, dont une fois en ondes, par M. Percy. Nous avons aussi plaisanté parce que je lui ai demandé d'ajouter, pour faire bonne mesure, le nouveau CD, ce qu'il a fini par accepter.

Le 14 décembre 1997, M Hennessy m'a téléphoné pour me dire que je pouvais aller chercher « deux billets en troisième rangée ». Nous avons alors eu une conversation

informelle sur les exigences de la radio en direct relativement aux normes éthiques en radiodiffusion. J'ai dit qu'avoir du plaisir me semblait correct dans la mesure où le prix me revenait. Je lui ai aussi rappelé que j'avais droit à quatre billets mais que, compte tenu que ceux offerts présentaient un petit avantage sur les autres, j'abandonnerais ma demande pour les deux autres dans le but de régler cette affaire rapidement. Puis, j'ai quitté pour Los Angeles pendant trois semaines.

Le lendemain de mon retour, le 7 janvier, je suis allée aux bureaux de CFOX prendre possession de mes billets. J'ai été horrifiée de constater qu'il s'agissait de billets de la section 117, rangée 8, sièges 3 et 4. Nous sommes loin de ce qui avait été promis. (J'ai toujours ces billets que je retournerai le lundi 12 janvier. Ils valent 45 \$ chacun.) La valeur marchande actuelle d'un billet au centre du stade General Motors [soit au centre des rangées niveau plancher] pour un siège de la quatrième à la quatorzième rangée est de 200 \$ selon A1 Show Time Tickets à Vancouver. Je fais affaires avec cette société depuis 10 ans et je connais leur bonne réputation en matière de revente de billets. Cette société m'a aussi indiqué qu'il s'agissait là d'un prix standard pour un siège situé dans cette section du stade General Motors, compte tenu de la popularité de l'artiste. Malgré la valeur des billets, j'aurais nettement préféré en profiter en compagnie de quelques amis.

Ma dernière démarche a été de téléphoner à M. Chris Pandoff, directeur général de CFOX. Je me suis nommée et, par politesse, je lui ai demandé s'il savait qui j'étais. Il m'a répondu être au courant de ma situation et des efforts consentis pour régler le problème, ce dont je n'étais pas satisfait. Je lui ai demandé s'il désirait entendre ma version de l'histoire et il m'a répondu par la négative. Je lui ai aussi demandé s'il voulait m'aider à résoudre le problème; à défaut de quoi, je serais forcée de déposer une plainte. « Déposez une plainte » a-t-il répondu.

Le seul côté positif de cette malheureuse histoire a été de joindre M. Ron Cohen, le président national du Conseil canadien des normes de la radiotélévision. J'ai réussi à lui parler au téléphone ce matin malgré un grosse tempête de neige (ou grâce à celle-ci). Je suis très reconnaissante des efforts qu'il déploie en vue de régler ce problème. Grâce à lui, j'ai confiance qu'une copie de l'enregistrement de l'émission du 9 décembre 1997 sera conservée. M. Cohen a parlé directement à M. Pandoff et on comprend de leur conversation qu'une copie de l'enregistrement en question existe toujours.

Je sais que l'enregistrement parlera de lui-même.

La réponse du radiodiffuseur

Dans une lettre datée du 22 janvier 1998, le directeur général de CFOX-FM a écrit ce qui suit :

[traduction]

En réponse à votre lettre au Conseil canadien des normes de la radiotélévision, je vous transmets la présente afin de clarifier notre position eu égard à la plainte que vous avez déposée. Selon nous, la discussion comporte deux volets : l'humour et la nature des billets offerts à la radio.

Humour

L'émission de CFOX *The Larry and Willy Show* se veut une comédie humoristique qui se situe du côté « léger » du spectre éditorial. La nature même de l'humour efficace est de prendre une situation réelle et à en contourner le sens ou encore de parodier la vérité. Les émissions de télévision comme *Saturday Night Live*, *Royal Canadian Air Farce* et *This Hour Has 22 Minutes* sont de bons exemples de ce style d'humour parodie/canular. En fait, si nous prenions au sérieux les « nouvelles » de ces émissions, nous aurions certainement une fausse idée des faits réels sur lesquels elles se basent.

La parodie au sujet du deuxième prénom de Bryan Adams n'était que cela, c'est-à-dire une parodie. Il est bien connu que son deuxième prénom est Guy, puisqu'il s'est produit sous ce nom pendant plusieurs années ici à Vancouver au début de sa carrière. Il était très clair que son deuxième prénom n'était pas « Valjinder », comme on l'affirmait avec insistance dans la parodie.

Les billets offerts à la radio

Très souvent, lorsqu'on annonce la tenue d'un concert, le promoteur remet à la station un certain nombre de billets à offrir pendant la semaine précédant la mise en vente des billets. Cela donne une visibilité au concert et contribue à accroître la demande pour les billets jusqu'à leur mise en vente. L'important est que la station se réserve le droit de donner ces billets comme elle l'entend en vue de promouvoir le concert et l'artiste.

L'attribution des billets est souvent arbitraire. Si vous écoutez d'autres stations de radio, vous entendrez des phrases comme « nous allons choisir le 3^{ième} participant, le 9^{ième} participant, le 95^{ième} participant », etc. Il n'y a alors aucun « concours » fixant les règles d'attribution des billets, cette attribution étant à l'entière discrétion de la station. Malheureusement, il n'y avait aucun concours ce matin-là sur CFOX, il n'y avait qu'une parodie et une attribution arbitraire des billets à donner.

Finalement, nous sommes désolés que vous ayez mal interprété la parodie de ce matin-là; et nous sommes déçus que vous ayez rejeté nos efforts pour vous offrir des billets et le dernier CD de Bryan Adams. J'espère sincèrement que vous continuerez à écouter CFOX, mais je comprendrai votre choix de vous en abstenir.

La plaignante s'est déclarée insatisfaite de la réponse du radiodiffuseur et, le 6 février 1998, elle a demandé que le CCNR défère la question au conseil régional approprié pour décision.

LA DÉCISION

Le conseil régional de la Colombie-Britannique a étudié la plainte à la lumière de l'article 11 du *Code de déontologie* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR). L'article se lit comme suit :

Code de déontologie de l'ACR, article 11 (Concours et promotions par les stations de radio)

- (a) Les radiodiffuseurs reconnaissent que, bien que les activités de promotion et les concours organisés par les stations sont des moyens légitimes et utiles d'attirer et de conserver leur auditoire, ils doivent être organisés de telle façon que leur coût ne soit pas excessif, plus particulièrement par rapport aux ressources financières affectées à la programmation de la station.
- (b) Les concours et les activités de promotion de la station doivent toujours être de bon goût. Il faut plus particulièrement prendre soin qu'ils ne risquent pas de déranger ni de perturber le public.

Les membres du conseil régional ont écouté un enregistrement de l'émission en question et ont lu toute la correspondance afférente. Le conseil estime que le segment en question de Larry et Willy a enfreint l'article 11 du *Code de déontologie de l'ACR*.

Les concours et promotions par les stations de radio

C'est la première fois que le CCNR a l'occasion d'interpréter l'article 11 du *Code de déontologie de l'ACR*. Le libellé n'est pas aussi clair qu'il aurait pu l'être, mais ses premiers mots établissent tout de même, de l'avis du conseil régional de la Colombie-Britannique, son objectif général : « Les radiodiffuseurs reconnaissent que, bien que les activités de promotion et les concours organisés par les stations sont des moyens légitimes et utiles d'attirer et de conserver leur auditoire [...] ». Le conseil estime que ces mots énoncent un cadre de référence au sujet des concours et promotions, alors que les autres principes énoncés aux sous-paragraphes (a) et (b) sont des exemples de façons appropriées de tenir ces concours et promotions. Cela comprend les exigences suivantes : i) « leur coût ne soit pas excessif »; ii) « Les concours et les activités de promotion de la station doivent toujours être de bon goût »; et iii) « Il faut plus particulièrement prendre soin qu'ils ne risquent pas de déranger ni de perturber le public ». Autrement dit, le conseil estime que la légitimité et l'utilité des concours doivent être évaluées eu égard *notamment* à ces trois exigences. La nature non limitative de l'énumération se reflète, de l'avis du conseil, par le caractère général des mots choisis pour décrire les exemples énumérés.

De toute évidence, la présente décision ne concerne pas le « coût » du concours ou de la promotion. Non plus, on doit le préciser, que *directement* aucun des autres aspects énumérés dans les exemples et qui traitent de « bon goût » ou « de déranger ni de perturber le public ». La question du bon goût ne fait pas en soi partie des éléments pris en considération par le conseil dans la présente décision, mais elle n'est *pas étrangère* à cette dernière. C'est pourquoi le conseil croit que certains commentaires à ce sujet sont appropriés.

Certaines considérations sur le bon goût dans les concours et promotions

Les conseils régionaux du CCNR ont traité à de nombreuses occasions de la question du bon goût dans d'autres contextes. Mais c'est la première fois que le conseil en traite dans le contexte des concours et promotions.

On ne trouve cette question de bon goût en termes précis que deux fois dans le *Code de déontologie de l'ACR*, soit en lien d'abord avec les concours et les promotions et ensuite avec les commerciaux (comme discuté ci-dessous). Cependant, le CCNR a souvent traité de plaintes concernant certaines émissions que les conseils régionaux jugeaient d'un goût discutable ou même mauvais, mais qui par ailleurs n'enfreignaient aucune autre disposition expresse du code. Dans tous ces cas, le CCNR a fait part de sa réticence à traiter de la question en expliquant qu'en ce qui concerne le contenu de la *programmation*, les questions de bon goût qui n'enfreignent pas *aussi* une disposition du code se résolvent mieux par les auditeurs ou les téléspectateurs eux-mêmes qui peuvent toujours changer de chaîne. Comme l'a déclaré le CCNR dans *CHOM-FM et CILQ-FM concernant The Howard Stern Show* (Décision 97/98-0001+, 17 et 18 octobre 1997) :

les questions de goût doivent être laissées aux règles du marché. Ces choix appartiennent aux auditeurs. C'est le moment où le recours de l'auditeur est d'utiliser l'interrupteur pour allumer ou éteindre son appareil. À moins que les commentaires formulés par un radiodiffuseur soient de nature à enfreindre les dispositions d'un ou plusieurs codes, le CCNR ne les jugera ni dans un sens ni dans l'autre.

Cependant, comme on l'a noté ci-dessus, lorsque les radiodiffuseurs ont élaboré leur *Code de déontologie*, ils ont estimé approprié d'établir deux exceptions précises à la règle générale selon laquelle les questions de bon goût devraient être laissées aux règles du marché. Autre que l'article 11(b), traité en détail ci-dessous, la seule autre disposition du *Code de déontologie* qui mentionne la notion du « bon goût » est l'article 8, relatif à la publicité.

Dans *CIRK-FM concernant un message promotionnel pour des t-shirts* (Décision CCNR 96/97-0206, 16 décembre 1997), le comité régional des Prairies a dû décider si l'emploi de la phrase « Life's a Bitch » [traduction : « la vie est une pute »] dans un message promotionnel pour des t-shirts de K-97 n'a pas choqué « ce qu'il est généralement convenu d'appeler les convenances », ce qui est le test à la lumière de l'article 8 du *Code de déontologie de l'ACR*. Il a constaté que la phrase n'a pas choqué ce qu'il est généralement convenu d'appeler les convenances et a fait les commentaires suivants concernant l'application de ce test :

Malgré la réticence générale du CCNR à traiter des questions de goût, le conseil régional des Prairies reconnaît que l'expression « bon goût » est en réalité utilisée dans l'article 8. Ceci nécessite une explication de la compréhension du terme par le conseil dans ce contexte.

Le conseil note que l'expression « bon goût » n'apparaît pas sur une base isolée. Tandis que le brouillon du paragraphe n'est pas à propos, une explication, sinon une définition, des

termes est fournie dans les mots concluant le paragraphe. Ceux-ci sont « et qu'elle ne choque pas ce qu'il est généralement convenu d'appeler les convenances » [la version anglaise se lit comme suit « and shall not offend what is generally accepted as the prevailing standard of good taste. »]. Il apparaît au conseil régional des Prairies que les ébauches expliquaient ces significations du « bon goût » et que le contenu publicitaire ne devrait pas offenser *ce qu'il est généralement convenu d'appeler* les convenances. Le conseil comprend qu'il s'agit là d'un critère *supérieur* à ce qu'on pourrait simplement qualifier de *bon* goût. Dans un sens, le libellé laisse entendre que la promotion en cause ne doit pas être le *contraire* du bon goût pour enfreindre le code; elle doit en réalité *offenser* les normes prévalentes pour qu'on puisse les sanctionner. Il se peut que le test des normes prévalentes de l'article 8 puisse être plus facilement respecté que le « goût » seul qui, tel que discuté plus haut, est appliqué de façon plus générale par le CCNR. De toute manière, il est d'avis du conseil régional des Prairies que les expressions « Life's a bitch » [traduction : « La vie est une pute »] et « Kick ass » [traduction approximative : « Bottez-leur le cul »] ne contreviennent pas au critère des « convenances » et qu'il n'est pas nécessaire de considérer l'autre problématique à ce moment-ci.

Il est de mise de fournir un sens à l'avis du conseil régional des Prairies sur les « normes prévalentes » et sur la façon par laquelle elles sont évaluées. Le CCNR ou les divers conseils régionaux ne peuvent avoir comme fonction *d'entreprendre des sondages* afin de déterminer quelles sont les normes prévalentes; les conseils ont plutôt comme fonction d'appliquer à la programmation examinée le raisonnement et le bon sens d'un groupe équilibré de représentants du public et de l'industrie. C'est en fait un reflet de cet « équilibre » qui a permis aux divers conseils régionaux d'aboutir régulièrement à des conclusions sur ces questions sans dissension, que les conclusions soient en faveur ou contre les radiodiffuseurs.

Il est de l'avis du conseil régional qu'en général, pour qu'un cas qui enfreint le test des « normes prévalentes » de l'article 8, celui-ci doit dépasser les limites de l'offense, sinon même de la grossièreté ou de la vulgarité. Et ce, non pas dans le but de suggérer que le CCNR *approuve* d'une façon quelconque l'offense, la grossièreté ou la vulgarité sur les ondes mais plutôt, qu'au nom de la multiplicité des manifestations de la liberté d'expression, les affaires de goût *de cette nature* doivent être régies par le marché.

[...]

Finalement, dans chacun des cas mentionnés ci-dessus, le conseil constate que les radiodiffuseurs n'ont pas enfreint les codes au regard du langage utilisé. De plus, il est de l'avis du conseil régional des Prairies, dans ce cas-ci, que les expressions « Life's a bitch » et « Kick ass », bien qu'admises comme grossières, en sont venues à un usage plus couramment accepté que de nombreuses expressions utilisées dans les décisions citées auparavant. Dans ces circonstances, le conseil ne trouve aucune infraction au code.

Déranger ou perturber le public

Cette notion n'est pas plus *directement* en cause dans la présente affaire que celle de « bon goût », mais elle mérite aussi qu'on s'y attarde parce que, comme le bon goût, elle est pertinente par analogie à la présente décision. Le conseil croit que cette notion a été prévue dans le code en réponse à une série, pour ne pas dire une avalanche, de concours promotionnels présentés dans plusieurs villes canadiennes d'une certaine importance dans les années 1970 et 1980. Certains de ces concours faisaient participer le public à des

activités du type chasse au trésor, ce qui était devenu une nuisance pour le public en général et avait même mis certains membres du public en danger.

Autres dispositions non énumérées

Bien que, dans notre cas, les notions précisément énumérées de « bon goût » et de « déranger ou perturber le public » ne soient pas directement en cause, le conseil régional estime que ces dispositions ainsi que les notions de légitimité et d'utilité mentionnées à l'article 11 suggèrent qu'une notion de « franc jeu » devrait également être comprise dans de tels concours ou de telles promotions. Le conseil doute peu que l'application de normes sociétales communes mènerait un individu impartial à conclure que le concours, s'il desservait le radiodiffuseur, n'était certainement pas légitime aux yeux du consommateur/auditeur.

Le « concours » de Larry et Willy

La plaignante prétend qu'elle a donné la bonne réponse à la question d'habileté du « concours Bryan Adams » et qu'elle avait donc droit de recevoir le prix. Le radiodiffuseur quant à lui prétend que le segment en question n'était pas un « concours », mais plutôt une parodie de concours, et que l'attribution du prix pouvait donc être simplement arbitraire.

Le conseil est en désaccord avec la position du radiodiffuseur selon qui le segment en question de Larry et Willy n'était pas un concours. Ça ressemblait à un concours. On avait l'impression que c'en était un et il était présenté comme tel (du moins au début). Les participants croyaient que c'était un concours. Si le radiodiffuseur n'avait pas l'intention de tenir un concours, il semble bien qu'il ait échoué à ce que ce n'en soit pas un. En poussant le raisonnement du radiodiffuseur à son extrême, il n'y aurait jamais, ou presque, de concours à la radio. Bien que les radiodiffuseurs soient toujours libres de *donner* les billets promotionnels qu'ils reçoivent, lorsqu'ils choisissent de *tenir un concours*, ils ne peuvent prétendre qu'aucune règle ne s'applique parce qu'ils *auraient pu* simplement les donner.

Pour ce qui est de la prétention du radiodiffuseur que le concours était une « parodie » sur le deuxième prénom de Bryan Adams, le conseil note que ce n'est *pas* le fait que les animateurs aient choisi de mettre sur pied le concours en tant que canular qui est mis en cause. Ce qui est plutôt remis en question est le fait que le concours avait été conçu et présenté de façon *trompeuse*. Les participants à l'émission avaient des attentes légitimes qu'ils pourraient gagner le prix s'ils donnaient le premier la bonne réponse à une question relativement simple (tel qu'affirmé par le radiodiffuseur, [traduction] « Il est bien connu que le deuxième prénom [de Bryan Adams] est Guy, puisqu'il s'est produit sous ce nom pendant plusieurs années ici à Vancouver au début de sa carrière. ») Or le participant qui le premier a fourni la « bonne » réponse n'a pas reçu le prix. Le conseil réitère que ce n'est pas parce que les animateurs recherchaient un nom inventé pour Bryan Adams qui a violé le code, mais bien le fait que le concours ait été conçu et présenté de façon à *faire croire*

que ceux-ci accorderaient un prix pour une certaine réponse, lorsqu'en réalité ils n'avaient pas du tout l'intention de le faire. Un tel concours contrevient aux notions généralement acceptées de justice et de franc jeu et ne peut, conséquemment, être considéré comme étant conforme aux exigences de l'article 11 du *Code de déontologie de l'ACR*.

Réceptivité du radiodiffuseur

Outre une évaluation de la pertinence des codes en lien avec la plainte, le CCNR évalue toujours dans quelle mesure le radiodiffuseur s'est montré *réceptif* au motif de la plainte. Dans la présente affaire, même si la position du radiodiffuseur n'a pas été retenue par le conseil, celui-ci estime que la réponse du radiodiffuseur traitait des questions soulevées par la plaignante de façon juste et complète. Le conseil note aussi les efforts consentis par la direction de CFOX-FM en vue de satisfaire aux demandes de la plaignante. Le conseil estime que les gestes posés par le radiodiffuseur à cet égard étaient louables.

L'annonce de la décision

La station est tenue de faire connaître la présente décision immédiatement, selon les conditions suivantes, pendant les heures de grande écoute et, dans les trente jours suivants, de faire parvenir au CCNR et à la plaignante qui a présenté une demande de décision, une confirmation de son exécution.

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision a jugé que CFOX-FM avait enfreint des dispositions du *Code de déontologie* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs dans la diffusion d'un épisode du *Larry & Willy Show* du 9 décembre 1997. Les auditeurs étaient invités à deviner le deuxième prénom de Bryan Adams pour gagner quatre excellents billets pour le prochain spectacle de cet artiste à Vancouver. La décision des animateurs de ne pas attribuer le prix promis à la personne qui a donné la bonne réponse a constitué une infraction à la disposition du *Code de déontologie de l'ACR* concernant les Concours et promotions par les stations de radio. Bien que le conseil n'aurait pas conclu à une infraction si le concours avait eu pour but, par exemple, d'inventer un deuxième prénom à l'artiste, la tentative de Larry et Willy de faire une blague au lieu d'un vrai concours a échoué, ce qui a résulté en une infraction au *Code de déontologie* de la part de CFOX-FM.

La présente décision devient un document public dès sa publication par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision.