

machiavélique, mais il est extrêmement prudent. Il y a là pour le comité une gageure à tenir, et on verra ce qu'on pourra faire.

En plus de cet examen, le comité pourrait également étudier, en compagnie du président de Radio-Canada (M. Ouimet) et de M. Stewart, les conséquences de ce qu'on pourrait appeler le nouvel esprit commercial. Cet esprit traduit, je le sais, l'ukase ou la demande ou la proposition contenue dans le rapport Fowler et aussi dans le rapport du comité de la radiodiffusion d'il y a deux ans, savoir que Radio-Canada devrait chercher à accroître ses revenus par la réclame. Cependant bon nombre des amis de Radio-Canada se demandent si elle n'a pas ainsi cessé de jouer le rôle qu'elle jouait naguère.

La concurrence commerciale que mène maintenant Radio-Canada contre les stations privées ne peut, dit-on, que conduire à un affaiblissement de son rôle traditionnel de chef de file en matière d'éducation et d'informations sur la chose publique, car il lui a fallu s'engager dans la voie de programmes plus populaires: programmes de variétés, films de cow-boys, et ainsi de suite, ce qui a abouti à faire perdre à la Société un peu de sa réputation de rempart culturel. Cette question culturelle est presque du domaine de la philosophie. La seule façon pratique de procéder serait que le comité fasse témoigner les dirigeants de Radio-Canada, du Bureau des gouverneurs et de l'Association canadienne des radiodiffuseurs.

Le député de Brome-Missisquoi a soulevé des rires tout à l'heure quand il a commis une erreur bien répandue, soit quand il a semblé confondre le sigle de Radio-Canada avec celui du PSD. J'ai ressenti les effets de cette sorte d'erreur. J'ai exprimé des critiques, et des sympathisants du PSD m'ont dit: «Où voulez-vous en venir? Cet organisme est vraiment nôtre.» Cela ne veut pas dire que la Société soit un organisme du PSD, mais qu'elle représente presque fidèlement l'image que le PSD se fait du rôle et de la nature d'une société de la Couronne dans ce domaine. Elle traduit presque intégralement notre façon de voir les sociétés de la Couronne dans le domaine des affaires publiques et de la culture.

Nous devrions réexaminer la situation de Radio-Canada à cause de son esprit commercial et parce que les stations privées de télévision vont entrer en scène. Nous traversons une période de transition et de profondes modifications. Personne ne pourrait prédire le résultat final,—surtout en ce qui a trait aux revenus,—de cette concurrence et l'avenir des réseaux privés.

Je crois que cette année, le comité devrait faire preuve de prudence dans son évaluation

de la situation. Nous devrions nous astreindre à scruter les faits plutôt qu'à présenter un rapport en vue de donner des conseils ou d'exercer une influence. Il semble évident que le financement de Radio-Canada dans sa forme actuelle soumet la Société à des pressions beaucoup plus directes que ne l'avait recommandé la Commission Fowler et que ce n'était le cas auparavant.

Je sais que certaines gens et certains éditorialistes d'un bout à l'autre du pays se sont opposés énergiquement au rapport annuel de la Société Radio-Canada qui laisse entendre que le peuple est actionnaire de la Société et que les dépenses effectuées par tête permettent une programmation magnifique. On a signalé que, dans ce sens, Radio-Canada n'est pas à proprement parler une société dont tous les auditeurs sont des actionnaires, que la confusion vient, pourrait-on dire, des publicitaires. Quoi qu'il en soit la Société nous coûte cher et, à titre de politiques, nous entendons tous une foule d'arguments pragmatiques à ce sujet.

Les gens des provinces Maritimes par exemple, ont hurlé. Ils veulent la télédiffusion intégrale des parties de hockey de la Ligue nationale du samedi soir. Ce n'est pas seulement dans cette région qu'on réclame cela. L'argument qu'on nous invoque c'est que le hockey étant un sport canadien extrêmement populaire, il convient d'assurer la télédiffusion intégrale des joutes. Sans doute le ministre sait-il parfaitement que les questions comme celles des frais, des commanditaires et de la disponibilité du temps ne constituent pas des arguments propres à convaincre les gens.

À l'égard du financement, les vues que nous exprimons et les recommandations que nous formulons au comité pourraient se rattacher à ce que nous pensons de l'esprit commercial accru de la Société Radio-Canada. Il est un point auquel le comité pourrait consacrer de son temps et à l'égard duquel l'honorable député de Bonavista-Twillingate pourrait apporter un précieux concours, lui qui a fait partie du comité qui a examiné la loi électorale du Canada et qui a étudié assez à fond la situation de la radiodiffusion en ce qui concerne ses répercussions d'ordre politique. En réalité, l'aspect politique de la radiodiffusion au Canada a été déterminé par ce comité plutôt que par celui dont nous nous occupons présentement. Toutefois, à mes yeux, la question n'est pas encore réglée. Je ne l'ai jamais si bien compris que l'autre jour en écoutant à la télévision la conférence de presse de presque une heure du nouveau président des États-Unis; cette émission provenait d'un poste américain et elle a fortement impressionné l'opinion canadienne.

C'est là, je crois, le point de départ d'une pratique qui nous rendra de nouveau très